revista del
consumidor
informa, capacita y orienta
UNA PUBLICACION MENSUAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR/ NUMERO 107/ ENERO DE 1986 / 60 PESOS

Otra plaga: hamburguesas inmigrantes

Suplemento infantil "El Brinco"

Los alimentos con fibra son buenos para la salud

La fibra, conocida también como celulosa, es un componente de los alimentos de origen vegetal que ayuda a mantener una adecuada movilidad intestinal y evita ciertos padecimientos tales como colitis, hemorroides, estreñimiento y cáncer del colon. Los alimentos con un alto contenido de fibra son: lechuga, coliflor, quelite, verdolaga, ejote, acelga, espinaca, papa con cáscara, zanahoria, soya, garbanzo, chícharo y nopal. Recuerde que además de ser nutritivos y sabrosos, los alimentos con fibra son también saludables.

DIRECTORIO INCO

Dirección General
CLARA JUSIDMAN DE B.
Dirección Técnica

Dirección de Promoción
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR

Dirección de Producción Audiovisual y Editorial
MARTHA SUSANA RUIZ DE SARAVIA
Dirección de Finanzas y Administración
MANUEL GALVAN ZUART

Coordinación de Delegaciones
GRISELDA ARISTA QUEZADA

SUBDIRECCIONES

Estudios Socioeconómicos
GUSTAVO PONCE MELENDEZ
Estudios Técnicos
LUIS JUAREZ SUAREZ

Promoción
JOSE LUIS GARCIA NAJERA
Producción Audiovisual y Editorial
RODOLFO F. PEÑA VILLANUEVA

DELEGACIONES

Chihuahua
VICTOR MANUEL BARRIGUETE
Estado de México
GABRIEL GAMA FLORES
Guanajuato
LUIS O. MEDELLIN OCHOA
Guerrero
MARGARITA GALEANA ADAME
Hidalgo
ESTEBAN G. CHAPA ZAMORA
Jalisco
RODOLFO ALFARO AGUIÑAGA
Morelos
RAUL CARBONELL CARDENAS
Nuevo León
FRANCISCO JAVIER NUÑEZ
Puebla
ROBERTO ARTECHE LUGO
Sonora
GUILLERMO A. REYNA CELAYA
Tamaulipas
GUILLERMO NUÑEZ VELA
Tlaxcala
JOSE LUIS ARGUIJO TORRES
Veracruz
JAVIER ESCALERA LEANDRO
Zacatecas
OSCAR A. DEL REAL MUÑOZ

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

Editorial

Sin duda México es un país que cuenta con una cocina tradicional legendariamente equilibrada y sabrosa. Cada estado de la República se distingue por la variedad y riqueza de su cocina regional y el conjunto ofrece un vasto abanico de posibilidad difícil de encontrar en otras latitudes. Como la mejor cocina de cualquier parte del mundo, incluida la francesa, la mexicana ha ganado una reputación bien merecida, cuyo proceso de elaboración se inicia con el encuentro de dos imperios: el azteca y el español. Cocina mestiza, heredera de tendencias distintas que se fusionan para lograr un resultado único, nuestra comida es una de las mejores del mundo.

Sin embargo, desde hace por lo menos dos décadas, nuestro país ha cambiado al ritmo marcado por la creciente americanización del mundo. Cualquier lector con suficiente edad recordará las manifestaciones de este cambio, que hacia fines de la década de los años cincuenta comienza a modificar la fisonomía urbana y la dieta nacional. Los mercados son remplazados por los "supers" en cuyos pasillos el consumidor puede deslizarse al ritmo de Ray Coniff mientras echa una mercancía tras otra en su carrito. En las calles, la publicidad modifica los antes discretos y artesanales anuncios y los cambia por gigantescas y espectaculares marquesinas cuyo fulgor neón afirma la voluntad de parecerse —sea como sea y a costa de lo que fuere— a Estados Unidos.

Los cambios en materia de alimentación son similares. Poco a poco las fondas son remplazadas por restoranes cuyos nombres monosilábicos son cifra de prestigio para una clase media deslumbrada ante la explosión de escenografías y comida de plástico. Los Vís, Plás, Tonks y Splanks irradian su iluminación verdosa —similar a la de un baño público— exhibiendo tentadoras superficies lisas, brillantes, pulidas para seducir la mirada y diseñadas de acuerdo con los lineamientos de la publicidad. La agresiva sicodelia de los colores —naranjísima o moradote— hace el resto.

En este proceso de desconocimiento de la riqueza de nuestra cocina tradicional, el último acontecimiento que ha conmocionado de placer a un amplio sector de nuestra clase media urbana, ilusionada con escenografías norteamericanas, tan fotografiadas cada noche en cualquier canal televisivo, es la inauguración de *McDonald's*.

El entusiasmo ha bloqueado las laterales del Periférico, pero el gusto duró poco: a los 60 días de haberse inaugurado el oasis de la ilusión fallida entró en huelga, debido a su indiferencia ante las disposiciones legales vigentes en nuestro país.

Este cambio en nuestros hábitos alimentarios forma parte de un proceso de confusión que también afecta nuestro lenguaje y, por tanto, nuestras estructuras mentales. Bebemos esprái, nos vamos de güiken, usamos yíns, oímos guakamanes y comemos malos alimentos preparados con aparente ascépcia. A todo esto dedicamos nuestra presente edición: a revaluar nuestros buenos hábitos alimentarios, capaces de proporcionar una dieta rica, equilibrada y económicamente accesible, así como a proporcionar alternativas nutritivas.

Ante la invasión de aparentes opciones, que ofrecen dudosos accesos a un estatus ilusorio, es importante recuperar nuestra riqueza alimentaria ya que la salud de un pueblo es el resultado de lo que come.

SUMARIO

EL FENOMENO DEL HAMBURGUESAMIENTO

Mucho se ha cuestionado el valor nutritivo de las hamburguesas: desde la desconfianza popular —que difunde historias sobre perros, burros y caballos hechos picadillo entre dos rebanadas de pan— hasta los estudios más documentados que advierten sobre la baja calidad de la carne con que se preparan. Sin embargo, el mercado de las hamburguesas en nuestro país ha crecido a tal grado que actualmente se consumen 125 millones al año y los negocios que se dedican a su venta representan ya el 15 por ciento de la industria restaurantera nacional.(Página 12).

UN CUENTO HECHO REALIDAD

Hubo una vez una feria dedicada a los niños. En ella había miles de posibilidades para enriquecer la educación y el espíritu de los pequeños: libros, folletos, actividades para aprender y para investigar, ediciones gigantescas y pequeñitas; maestros, educadoras y artistas a quienes animaba ese mismo propósito. Este cuento se hace realidad en noviembre de cada año. (Páginas centrales).

Editorial 1
Maestros empíricos de la dietética 3
La atrofia del *homo urbanus* 5
En la tierra del *cacahuatl*, chocolate artificial 9
Otra plaga: hamburguesas inmigrantes 12
La cebada, grano multiusos 14
Los regalos del mar 16
La cuesta de enero 18
Exposición Nacional de Educación y Alimentos 20
Educación comercial sobre nutrición 21
¡Si los consumidores no vienen a ti, mándales *McDonald's*! 24
Crisis y cambios en la alimentación 27
Los insectos, una alternativa alimentaria 30
¡Aprovéchelo! 33
Ocio productivo
Noche de reyes 34
Eventos culturales 36
Novedades editoriales 37
Arqueología del consumo 38
Miscelánea 39
Cocina tradicional 40

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Consejo Editorial
CLARA JUSIDMAN DE B.
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR
MARTHA SUSANA RUIZ DE SARAVIA
GRISELDA ARISTA QUEZADA

Jefatura de Publicaciones
BRUCE SWANSEY

Coordinación y Redacción
MA. DEL PILAR SANCHEZ SANDOVAL
PATRICIA SEGURA BARRAGAN

Suplemento "El Brinco"
MARIE PUGA

Reporteros
JAVIER KURAMURA/OSCAR ROMERO ROJAS/HUGO MARTINEZ TELLEZ/JOSE I. RODRIGUEZ REYNA

Producción Fotográfica
VERONICA BRAVO

Reporteros Gráficos
CARLOS MACIAS/JAVIER VALLEJO/ FERNANDO ROJAS

Departamento de Arte y Diseño
AUGUSTO APON GARCIA

Formación, Ilustraciones y Viñetas
MARCELO AHUERMA S./FRANCISCO ALATRISTE T./ALMA ELENA ARENAS G./ DOLORES RAMIREZ/JESUS RODRIGUEZ G.

Asistentes del Departamento de Publicaciones
ANTONIA GARCIA GOMEZ/CARLOS HERRERA BARRAGAN

Impresos
MARIA DOLORES FERNANDEZ MORETT

APOYO ESPECIAL AL NUMERO 107 DE LOS DEPARTAMENTOS

Análisis sobre Comunicación
JOSE CHAN ESCALANTE

Consulta Directa
GREGORIO ALANIS PARDIÑAS

Estudios Jurídicos
LUIS PONCIANO VAZQUEZ RIOS

Documentación e Información
ELIZABETH HUERTA ARIAS

Educación para el Consumo
FLAVIO RUIZ SUAREZ

Comunicación Social y Relaciones Públicas
FRANCISCO BALDERAS GUZMAN

Bioquímica
SONIA RODRIGUEZ ASTUDILLO

Estudios Económicos
ARACELI MORENO ACOSTA

Seguimiento y Análisis del Consumo
JOSE MANJARREZ MEDINA

Ingeniería
EDUARDO MARTINEZ PACHECO

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es un publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Tiene como objetivo ofrecer a sus lectores información y recomendaciones acerca de toda clase de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar y la búsqueda de alternativas de consumo y mejores hábitos para el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.

El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta Revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Legal de la Dirección General, Lic. César Garizurieta, Insurgentes Sur 1228-11º piso, Código Postal 03210, o al Apartado Postal 20600, México, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Editora de Periódicos, S.C.L. Basilio Vadillo No. 40 Apartado Postal 947 México 1, D.F., Tipografía: TIPART —Tipografía y Formación— Teléfono: 658-90-83 México, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependientes de la SEP, Oficio No. 1227 del 30 de abril de 1981. Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro No. 015-1176, Características 218621408.

Maestros empíricos de la dietética

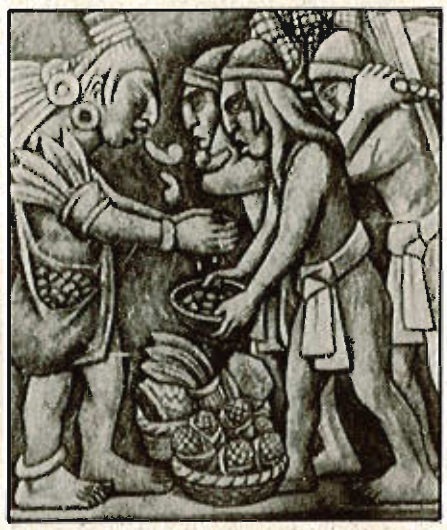
Diariamente disfrutamos de la comida mexicana, pero ¿cuánto sabemos sobre su origen y forma de condimentación? La mayoría de nosotros desconocemos lo rico, variado y extenso de la cocina tradicional, porque cada región y pueblo en México cuenta con un platillo que lo distingue de los demás.

Saber el origen de la cocina nos permite conocer las costumbres, hábitos, valores y todo aquello que conforma el perfil propio de nuestro país, lleno de tradiciones y riqueza culturales.

Para conocer lo que comemos hoy, los hábitos de alimentación de la época prehispánica nos pueden decir mucho. La forma de preparación y conservación de los alimentos y el significado religioso y social de la comida, así como los productos más consumidos son reflejo del tipo de agricultura de la época y de la visión del mundo que tenía el pueblo indígena.

La dieta diaria de nuestros antepasados incluía maíz, frijol, jitomate, chile y calabaza, que

Yum Kak, Dios del maíz. (Códice Dresde, 12).



combinados de diferentes maneras eran la base de la alimentación.

El maíz, desde entonces, ha sido un alimento importante; al principio se consumía en forma silvestre, pero con el paso del tiempo el cultivo se perfeccionó al grado de llegar a ser motivo de cultos religiosos. Se dice que los indígenas antes de comer el maíz, lo trataban con ternura y delicadeza y para que no sufriera con los cambios de temperatura, primero lo calentaban con el aliento para después cocerlo. Si por descuido un grano caía al suelo, lo recogían y rezaban para que los dioses perdonaran el desperdicio y no castigaran con sequía y hambre. De esta forma, para el pueblo indígena el maíz no era una planta más, sino un producto divino.

Los frijoles acompañados de chile y tortillas eran un alimento de todos los días en el territorio del antiguo México. Un platillo típico de la época es lo que hoy conocemos como las gorditas rellenas de frijol, que necesitaban un largo proceso de elaboración: la mujer preparaba el nixtamal dejando toda la noche el maíz en agua para molerlo al día siguiente en el metate. Luego tomaba la masa y con las manos iba palmeando hasta formar un círculo perfecto, que cocía en el comal calentado por una especie de bracero, y después se rellenaba con frijoles y se condimentaba con chile.

A pesar de que han pasado siglos, en algunas regiones y pueblos de México aún se puede observar mujeres que preparan las gorditas y tortillas con este antiguo procedimiento. Al igual que entonces, el maíz es parte importante de nuestra alimentación diaria.

La calabaza también era base de platillos diversos. Se cocía la pulpa y se condimentaba con chiles de diferentes clases. Las pepitas de la misma eran aprovechadas para producir un aceite llamado pipián, con el que se condimentaban el guajolote y otras carnes.

En cuanto a proteínas de tipo animal, la alimentación de los indígenas abarcaba una gran variedad de aves entre las que se cuenta el guajolote. Pero además comían un perro sin pelo que engordaban para consumir. También comían algunas especies de pescado, tortugas, cangrejos y otras, aunque

Campesino azteca cultivando maíz. (Códice Florentino).

generalmente estos alimentos eran más consumidos por los pobladores que habitaban cerca del mar. Los habitantes de los alrededores del lago de Texcoco podían disfrutar de los camarones de río, mejor conocidos como acociles, así como de otras especies acuáticas propias del lago, entre las que se contaban los ajolotes.

La técnica para preparar la carne era igual a la que hoy se sigue con la barbacoa. El procedimiento consiste en hacer un hoyo en la tierra y poner en el fondo piedras calientes sobre las que se colocan las pencas del maguey con las que se envuelve la carne; después se tapa el hoyo y se deja cocer toda la noche, de manera que la carne se cueee lentamente y en su propio jugo, dando un sabor especial.

Sobre las bebidas, los códices hablan del gran peso que tenía el maguey en la vida cotidiana y en las ceremonias religiosas. El **Teometl**, bebida sagrada, era consumido por guerreros y valientes, y el **Octli**, también extraído del maguey, era la bebida preferida de las clases populares. El cacao era otro producto muy preciado, pues además de servir como moneda para intercambiar objetos y mercancías, también se aprovechaba para elaborar una bebida que contenía el chocolate molido, agua y maíz, endulzado con miel de abeja y aromatizado con vainilla.

Aunque la base de la cocina indígena eran 4 ó 5 productos, esto no significa que la dieta de aquella época se redujera sólo al consumo de éstos. Por el contrario, la variedad fue una característica registrada en los escritos que se refieren al tianguis de Tlatelolco: "Había chocolate de Soconusco, vainilla de Veracruz, pescados de agua dulce y salada, chiles de todas formas y colores, frijoles de todo tipo, maíz y verduras como chilacayote". Tomates y jitomates, axiote, xoconastli y huitlacoche se acompañaban de plantas silvestres como quelites, quintoniles, huauzontles y epazote, sin faltar las semillas de chía y amaranto. En una palabra, las verduras, frutas, plantas silvestres, semillas y otros productos animales, componían la variedad de alimentos con que se nutrían los indígenas.

Pero además de la rica variedad de la comida prehispánica, su principal valor es la calidad nutritiva. De acuerdo con los expertos en nutrición, la combinación de alimentos de la comida indígena reúne proteínas, carbohidratos, grandes cantidades de vitamina A, calcio y hierro, entre otros nutrimentos.

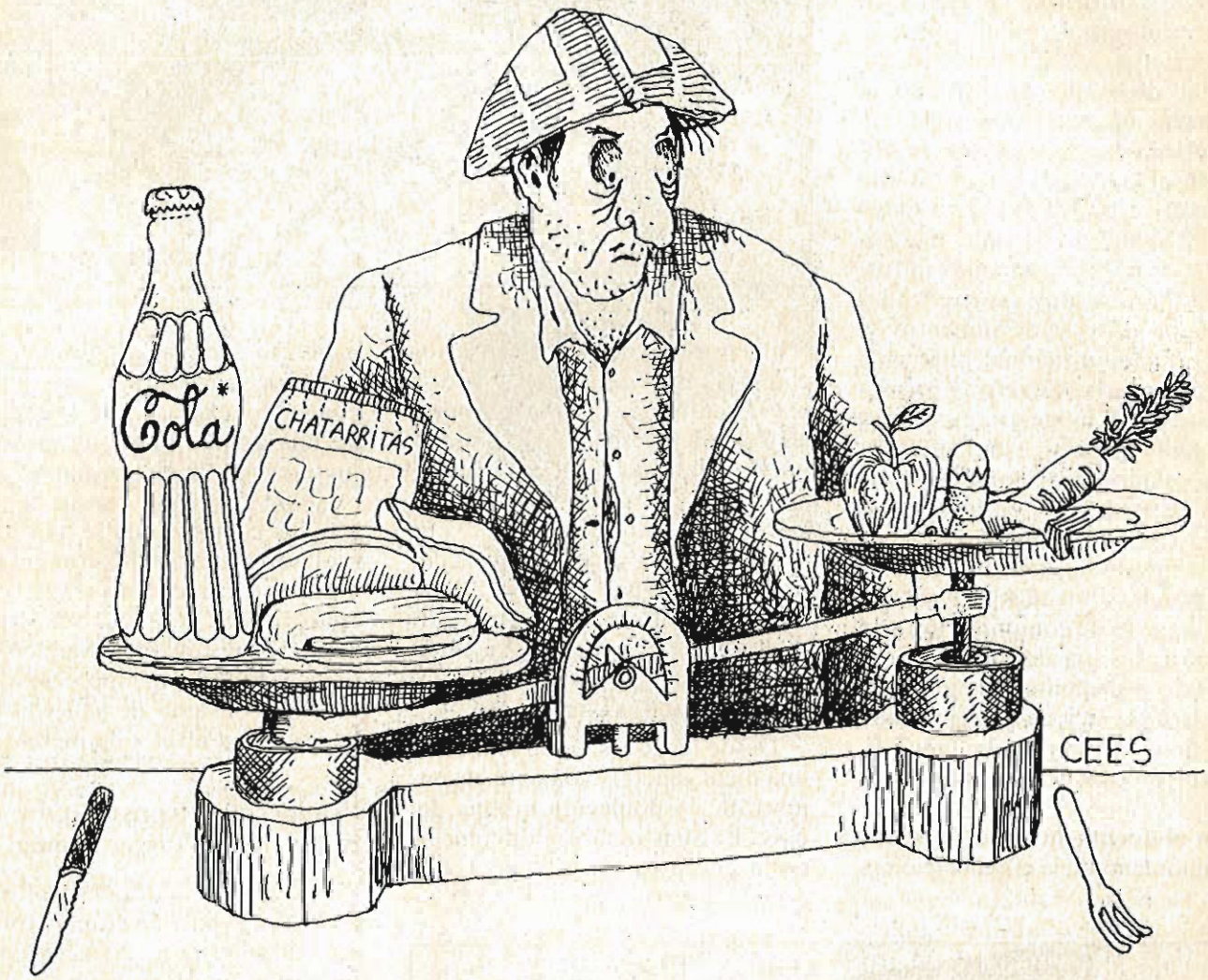
Las aves, el perro y los insectos eran la principal fuente de proteínas de buena calidad, que además aportaban hierro y grasa. El maíz, consumido en forma de tortillas, gorditas, pozole y otros platillos, proporcionaba sustanciales cantidades de carbohidratos, algunas proteínas y calcio. El jitomate y la calabaza fueron y siguen siendo importantes por su contenido en retinol o lo que comúnmente se conoce como vitamina A.

Como principal condimento de la comida mexicana, el chile brinda las proteínas, calcio, hierro y carbohidratos necesarios para el organismo.

Resulta evidente, pues, que la alimentación en el México prehispánico se caracterizaba por su variedad, equilibrio y valor nutricional; aun cuando los conocimientos de aquella época se basaban sólo en la observación empírica, los pobladores de la antigua América bien podrían habernos enseñado a comer.

Coordinación de Delegaciones Federales

La atrofia del homo urbanus



En los últimos años, el consumo alimentario de amplios sectores de la población urbana ha sufrido modificaciones significativas. El fenómeno reviste importancia ya que ha disminuido el consumo de productos considerados necesarios y se ha iniciado una recomposición de la canasta básica, donde los productos más encarecidos son sustituidos, en distintos niveles y formas, por otros más accesibles.

Las transformaciones dietéticas que implican estos cambios se relacionan sin duda con los desequilibrios económicos y sus expresiones cotidianas en los niveles de empleo, en los precios y en el poder adquisitivo de los sueldos y salarios.

No obstante, desde una perspectiva más amplia los hábitos y costumbres alimentarias de los sectores urbanos experimentan importantes modificaciones a partir de la década de los sesentas.

Desde entonces, el consumo de productos de origen animal e industrializados se extiende a nuevos grupos sociales, a la vez que se abandonan algunos alimentos tradicionales. La costumbre de consumir alimentos preparados en el hogar con técnicas caseras como la elaboración de las tortillas a mano, prácticamente ha desaparecido en las ciudades. Simultáneamente, se incrementa el consumo de alimentos de fácil preparación, como los enlatados y las pastas. En determinados sectores sociales urbanos, la alimentación infantil está modificándose principalmente desde la etapa de la lactancia: basta mencionar que en la actualidad, cerca de una cuarta parte de las nuevas madres no dan pecho a sus hijos y una quinta parte de ellas lo

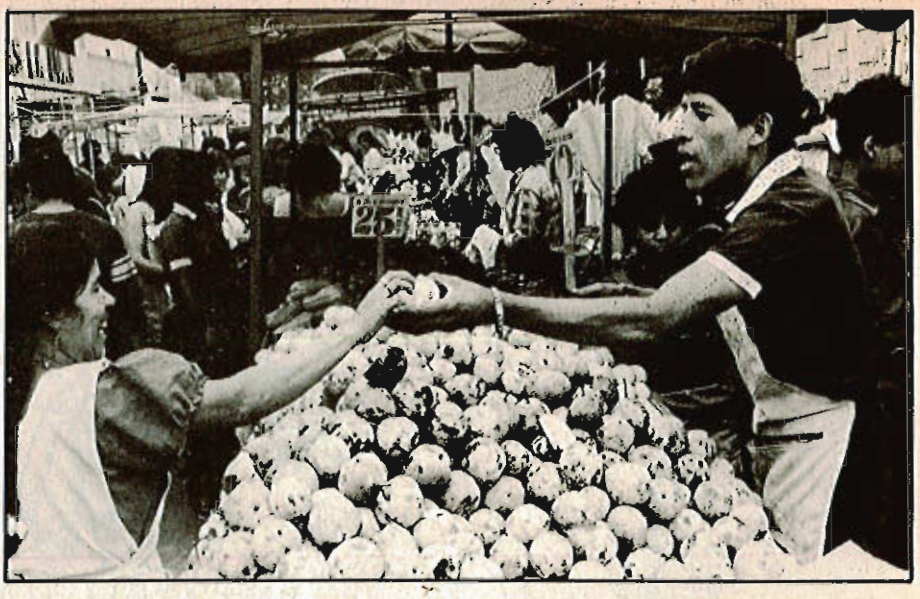
hacen durante un lapso menor a tres semanas.

Es importante señalar que los hábitos alimentarios desarrollados en las dos últimas décadas se asocian a un conjunto de fenómenos que afectan tanto la estructura de la producción de alimentos como su industrialización, comercialización y consumo.

Un factor que ha influido en este cambio de hábitos de consumo, es la formación de empresas que monopolizan los excedentes de alimentos. De acuerdo con un estudio presentado por el INCO en mayo de 1985 sobre el derecho a la alimentación, las compañías industriales de alimentos, caracterizadas por la producción de alimentos de baja calidad nutricional, altamente refinados y con atractivas presentaciones, han inducido cambios en los hábitos alimentarios al aumentar el grado de disponibilidad de diversos productos en los lugares más apartados del país.

Dicho estudio indica que "estas compañías, apoyadas en los medios masivos de comunicación y en su gran sistema de distribución, han sido el elemento principal para fortalecer la idea de que el problema alimentario radica en la insuficiencia productiva, lo que resulta falso".

En el documento se afirma que "el fenómeno de la especulación es el que provoca que subsistan vicios como el intermediarismo y que se creen centros de acopio y comercialización gigantescos de carácter puramente mercantil, que causan en suma el problema de la distribución de alimentos".



Asimismo, a principios de la década de los ochentas y a raíz de la agudización de los desequilibrios económicos, el patrón de consumo de alimentos muestra con mayor claridad síntomas de cambio.

Desde luego, es difícil hablar de una dieta generalizada para el conjunto de la población urbana del país. Existen notables diferencias en la composición del gasto alimentario y en su proporción respecto del gasto total, que por el contrario, expresan la existencia de una amplia gama de gustos y preferencias en el consumo.

Sobre esta base, y a fin de ilustrar los cambios que se han desarrollado en el perfil alimentario urbano, consideremos el caso concreto de los productos de origen animal en la ciudad de México, sus variaciones en el tiempo y la estructura de consumo de acuerdo con los distintos niveles de ingreso.

Producción y consumo de productos de origen animal

A partir de la década de los sesentas, y en el marco de una profunda crisis agrícola, las actividades pecuarias registraron un impulso sin precedentes. El sistema bovino de carne se expande a nuevas regiones del país, como el sureste, para responder a los crecientes requerimientos del mercado interno. Por su parte, en los estados del norte de la República Mexicana la exportación de carne deshuesada y de becerros en pie vive un momento de auge por la demanda proveniente de los Estados Unidos.

Asimismo, la ampliación de la superficie dedicada al pastoreo provoca la invasión de tierras agrícolas, bosques y selvas, lo que fre-

Carlos Macías

cuentemente afecta áreas de cultivo de granos básicos y en otros casos, origina un mayor deterioro ecológico.

Este fenómeno conlleva una creciente demanda de alimentos balanceados para la alimentación ganadera y, por lo tanto, la asignación de granos a la nueva rama agroindustrial procesadora de estos alimentos. Así, se observa un desplazamiento de la superficie dedicada a granos de consumo humano a favor de los cultivos de consumo animal. Un ejemplo típico es la sustitución del maíz por el sorgo.

En gran medida el impulso y los cambios observados en la producción ganadera responden a un marco internacional que alienta y que, en ocasiones, apoya financieramente este crecimiento. Sin embargo, el mayor estímulo provino de las transformaciones de la demanda interna, en particular de la correspondiente a las grandes ciudades.

En efecto, a partir de los años sesentas el consumo de productos de origen animal aumenta considerablemente en los centros urbanos. En el caso de la ciudad de México, por ejemplo, la carne de res, de cerdo y de ave, los huevos, la leche y algunos de sus derivados, como el queso, se incorporan a los menús de gran cantidad de familias. La dieta urbana se empieza a "carnificar".

Desde luego el acceso a estos productos resulta evidentemente desigual. De acuerdo con Jacobo Schatan, en su investigación titulada **Patrones de consumo alimentario en México**, realizada en 1982, "a medida que se eleva el ingreso y el gasto en alimentación, se va pasando de una dieta basada primordialmente en el maíz y frijol a otra en que los productos de origen animal, así como los alimentos industrializados cobran importancia".

Carlos Macías

Más aún, los resultados de la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto, de la Secretaría de Programación y Presupuesto, realizada en 1977, señalan que el estrato de ingreso más alto consumía once veces más carne y pescado que el estrato inferior.

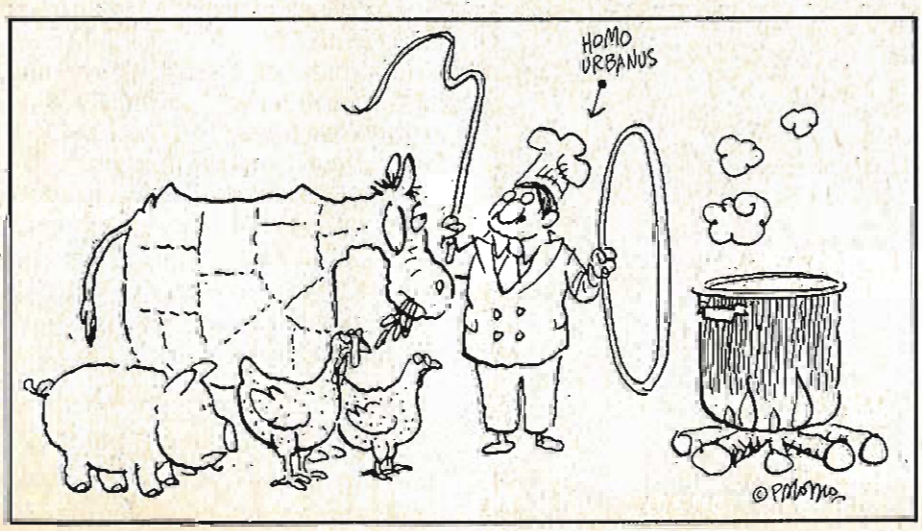
Desde la perspectiva del aporte calórico-proteínico de los distintos alimentos, el fenómeno a que venimos aludiendo es todavía más explícito: "para el estrato más bajo, los productos de origen animal sólo contribuyen en poco más del 5 por ciento de las calorías y las proteínas. Para el estrato más alto, en cambio, los productos de origen animal contribuyen con 27 por ciento de las calorías y casi 50 por ciento de las proteínas de la dieta".

De acuerdo con una investigación del Instituto Nacional del Consumidor, denominada **Hábitos de consumo de la población en la ciudad de México** y realizada en 1983, los productos de origen animal más consumidos en orden de importancia son: leche, huevo, carne de res, queso y aves. En lo que hace a la leche, si bien registra un consumo generalizado en la población encuestada (en total 120 familias), las proporciones varían del estrato de ingreso más alto, que siempre desayuna con leche, al más bajo, donde el 77 por ciento de los entrevistados afirmó consumir el producto en la primera comida del día, proporción que se mantiene en los menús de la cena, donde el consumo de leche se alterna con café o té.

Asimismo, el consumo de carne de res es más elevado en el estrato superior, en tanto que el consumo de huevo y de aves es más elevado en el estrato inferior, respecto a los demás niveles socioeconómicos. El queso es poco frecuente en los menús de los estratos de menores ingresos.

La crisis y las variaciones en el consumo

La problemática económica incide directamente en el consumo de diversos productos, particularmente en los de origen animal. En



algunos casos, éstos son descartados de la dieta familiar. En otros, son sustituidos por productos más baratos y accesibles.

De acuerdo con un estudio realizado por la Dirección Técnica del INCO en mayo de 1984, sobre el impacto de la crisis en el consumo familiar en el Distrito Federal, la carne, el huevo y la leche figuran entre los productos de mayor variación en su consumo.

Como en otros casos, el efecto de la crisis es desigual. En el estrato de ingresos bajos se observa la mayor restricción en el consumo de estos productos. No sucede así en el estrato de ingresos altos, que mantiene el consumo usual de los mismos.

Llama la atención que en el estrato bajo el principal producto sustituido sea la leche, que es remplazada por café o té. La carne es paulatinamente sustituida por frijol y en menor cantidad por huevo. El 11 por ciento de los entrevistados de este estrato señalaron que han suprimido la carne de la dieta familiar.

En el estrato medio la carne es remplazada por huevo en el 28 por ciento de los casos, y suprimida en el 7 por ciento de los encuestados. Los lácteos son suprimidos parcialmente de la dieta de las familias ubicadas en los tres estratos considerados.

Para el periodo de enero a agosto de 1985, un estudio realizado por el INCO sobre la variación en la compra de 21 alimentos básicos, en el que se entrevistó a 229 familias de los estratos mencionados, arrojó los siguientes resultados: la encuesta revela en términos generales una creciente insuficiencia en la ingesta de alimentos, pero más a nivel de cantidad que de calidad nutricional.

De acuerdo con este estudio, las familias de ingresos bajos redujeron el consumo de refrescos, pan blanco y de dulce. En este estrato también se registró un ligero descenso en la compra de carne de res, pollo y pescado. No obstante, se mantuvo el consumo de tortilla, pastas y arroz. Sólo el 21 por ciento de las familias dijo haber reducido su consumo de fruta, leche y queso.

Carlos Macías

En el caso de las familias de ingresos medios, fue notoria la baja en el consumo de refrescos y sólo el 19 por ciento de ellas disminuyó la compra del resto de los alimentos. Aquí también se registró un ligero descenso en el consumo de productos cárnicos y pescado. Asimismo, más del 57 por ciento de las familias de este estrato declaró seguir comprando la misma cantidad en todos los productos.

Finalmente, el 70 por ciento de las familias de altos ingresos manifestó que continúa comprando, por lo menos, la misma cantidad que al inicio de año. Sólo una quinta parte de este estrato afirma haber disminuido el consumo de carne y pescado.

Javier Vallejo

¿Hacia un deterioro nutricional?

Las variaciones en el consumo de productos pecuarios expresan un fenómeno más general, vinculado a un cambio en los hábitos y costumbres alimentarias de los estratos urbanos de ingresos bajos y medios, en este caso, de la ciudad de México.

De continuar esta tendencia el desenlace no es difícil de prever: se ahondarán los desequilibrios nutricionales de amplios sectores de la población.

El país se ha modernizado y ello significa una nueva estructura socioeconómica que condiciona los hábitos y las costumbres alimentarias.

Sin embargo, no se puede hablar de un "patrón de consumo", como el que se alienta por fuertes campañas publicitarias, en concordancia con intereses externos y de grupos internos de mayores ingresos, que han tratado de homogeneizar los hábitos alimentarios de diversos estratos socioeconómicos.

La diversidad en las formas de alimentación es muy grande y el país tiene una enorme riqueza culinaria en términos culturales. La crisis podría ser buen momento para contrarrestar las tendencias que hoy se perfilan hacia la imposición cultural de un patrón alimentario, y es una coyuntura propicia para revivir una cultura social que se ha ido extinguiendo con el México moderno.

En la tierra del cacahuatl, chocolate artificial

Ana Elena Ordoñez A.

Cuando hace frío y el viento sopla alborotando todo lo que encuentra a su paso, lo que nuestro organismo necesita es energía suficiente para entrar en calor. En ese momento se antoja un reconfortante chocolate, cuyo nombre científico es **theobroma cacao,** una planta prodigiosa originaria de nuestro país que quiere decir "alimento de los dioses". La palabra cacao proviene del **nahuatl, cacaua,** del **cacahuatl,** árbol de la familia de las esterculiáceas, con el que preparamos la bebida tradicional de chocolate.

El cacao es una planta tropical que produce frutos o vainas llamados mazorcas, que contienen entre 20 y 30 semillas o habas envueltas en una pulpa, las cuales conocemos como semilla de cacao o cacao en grano. De las vainas se sustraen las semillas sometiéndolas a un proceso de fermentación natural para disolver la pulpa que las cubre, matar el embrión para evitar que enmohezcan, y ponerlas a secar. Hasta aquí, el cacao se presenta como la materia prima con la que, de manera tradicional, nuestros antepasados preparaban el chocolate (choco-cacao y latl-agua).

El procedimiento para la elaboración consistía en que una vez limpia, fermentada y seca la semilla, se tostaba para hacerla más aromática, se pelaba y se molía. Cada grano de cacao posee, aproximadamente, entre 42 y 55 por ciento de manteca, por lo que al molerlo y someterlo a cierta temperatura se forma una pasta homogénea, que a temperatura ambiente cambia de estado semilíquido a sólido. A esta molienda se le llama ahora pasta o licor de cacao, que preparado con agua sin azúcar era la bebida más importante en la dieta de nuestros antepasados.

Desde entonces, la manera en que se consumía en el sureste del país era combinándolo con maíz, para obtener un preparado de alto valor nutritivo llamado **pozol.**

Cuando el mundo conoció el cacao

Durante la Conquista, los españoles no apreciaban el ahora tan codiciado grano, ya que su sabor amargo lo hacía fuerte al paladar. Sin embargo, después se descubrió que mezclándolo con azúcar su sabor cambiaba un poco y se volvía,

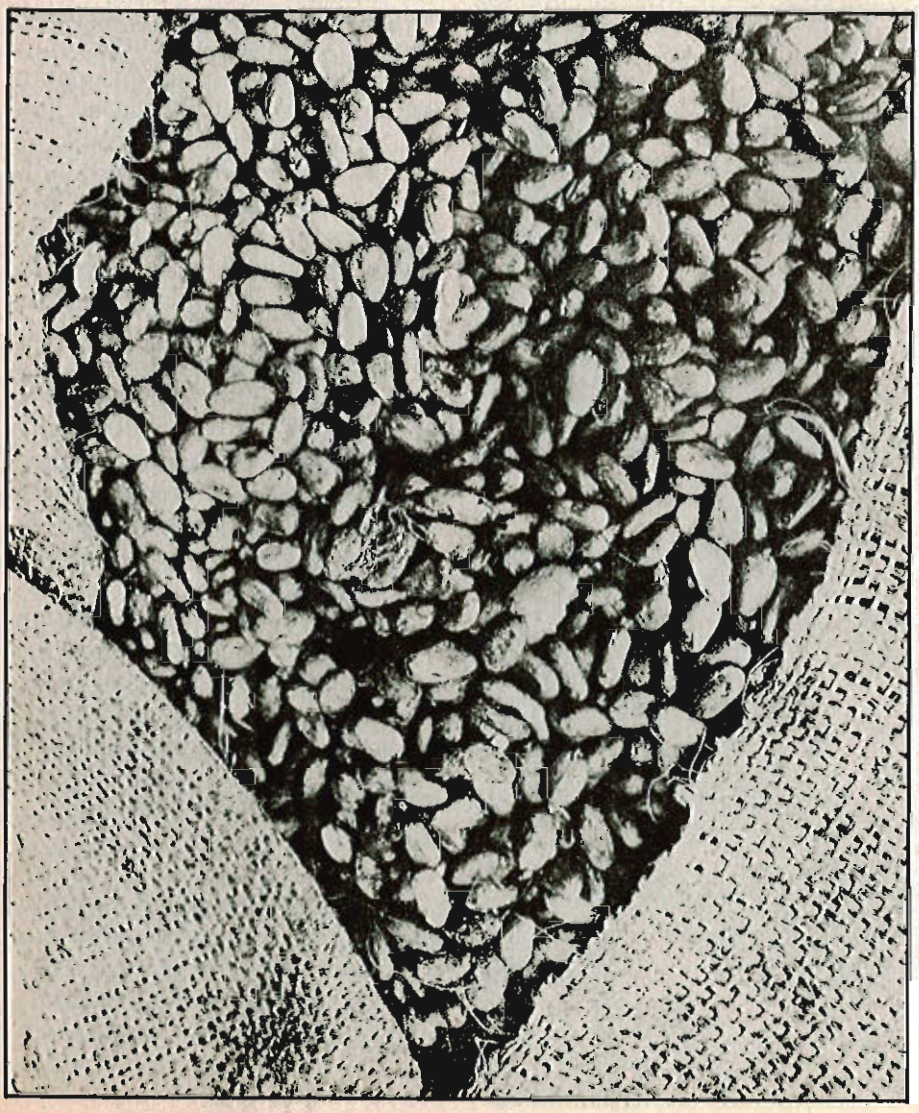
además de aceptable, sabroso. Cuando Hernán Cortés descubrió que a Moctezuma le gustaba beber chocolate llevó unos granos de cacao a su regreso a España, en 1528, para Carlos V. Este fue el primer contacto que el mundo tuvo con el ahora tan popular chocolate y es ahí donde empieza su evolución. Se instalaron varias fábricas. Primero en Florencia y después en Francia, durante el reinado de Luis XII.

El proceso de industrialización y comercialización del nuevo y aceptado producto provocó que se comenzara a adulterar mediante la mezcla de féculas, harinas y otras sustancias, con el objeto de aumentar su peso.

Aproximadamente dos siglos después, la Revolución Industrial también ejerció su impacto sobre nuestro producto: la semilla de cacao es tratada industrialmente para la producción de diversas mercancías diferentes al chocolate.

El progreso de industrialización y los avances tecnológicos cambiaron la manera tradicional de preparar el chocolate por una forma más desarrollada y sofisticada que podría incluso denominarse artificial. Así, la elaboración actual del chocolate, ya sea como golosina, de mesa, soluble o para glasear, se realiza bajo otro proceso completamente distinto al utilizado por nuestros antepasados.

El licor de cacao se obtiene mediante un proceso de prensado a temperaturas que van de los 95 a los 100 grados centígrados. Este licor contiene la manteca de cacao y



el cacao sólido, que por medio de filtros de tela metálica se separan en forma de discos llamados tortas.

Este proceso de separación no es absoluto, ya que ambas partes contienen cacao; en la manteca quedan partículas sólidas que le dan una coloración ámbar y en el cacao en polvo queda aproximadamente un 10 ó 12 por ciento de manteca.

Las tortas pulverizadas se llaman cacao en polvo desgrasado, ya que se ha separado de la manteca. Sin embargo, los norteamericanos la denominaron cocoa y así es como la conocemos en México, aunque el término correcto es polvo de cacao o extracto de cacao puesto que no tiene los mismos componentes que el grano entero.

Otros usos

La semilla de cacao es la principal materia prima para elaborar productos en la industria alimentaria y para otros usos: en la confitería y pastelería, en los productos lácteos, en la perfumería, en cosmetología y en la industria farmacéutica.

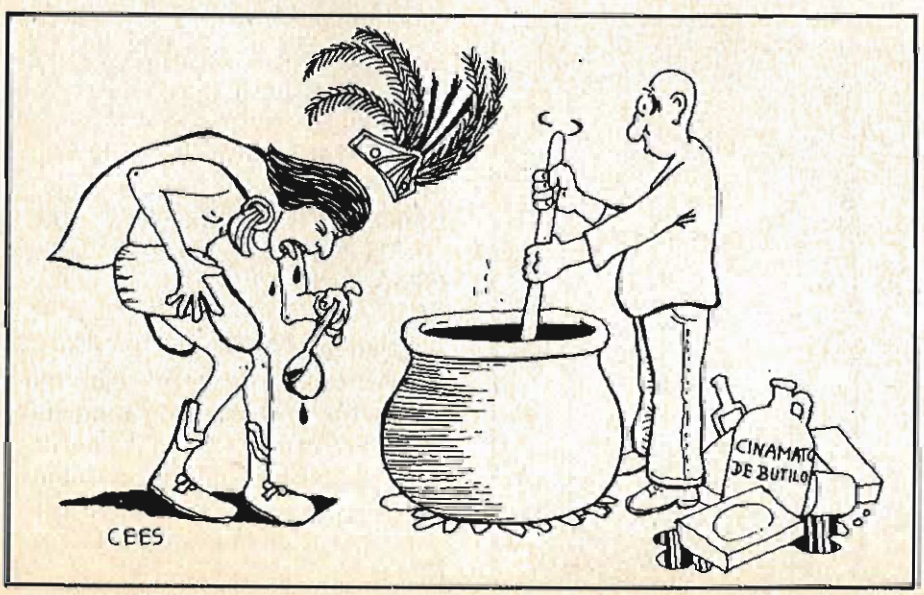
Desde hace mucho tiempo los principales países importadores de pasta de cacao son Estados Unidos, Francia e Inglaterra. Hasta 1975, México ocupaba el noveno lugar en la producción mundial de cacao en grano, ya que en ese año produjo 27 mil toneladas aunque la mayoría fueron destinados para exportación. Según las estadísticas, México ha disminuido actualmente la exportación de cacao y sus derivados. No obstante, nuestro país es uno de los principales importadores de productos industrializados de cacao, provenientes principalmente de los Estados Unidos.

No todas las imitaciones son buenas

La consistencia, el aroma y el sabor del chocolate son muy característicos. Actualmente el cacao ya no se utiliza como grano entero para ningún producto, aunque así es como posee valor nutritivo. La manteca de cacao es utilizada para reforzar el sabor del cacao en polvo o para otras industrias. Sin embargo, el hecho de que un producto tenga sabor a chocolate, no significa que sea chocolate, sino que probablemente entre sus ingredientes haya manteca, polvo o cáscara, de cacao que le proporcionan este sabor.

Sin duda, los sentidos tienen una importancia bien conocida por las compañías productoras de los alimentos que consumimos, las cuales ofrecen productos de apariencia y sabor agradables, aunque no siempre contengan el valor nutritivo requerido. Quizá a estas alturas y debido a la cantidad de marcas, ni siquiera nos detengamos a distinguir la diferencia entre un producto y otro. Es probable que desde hace tiempo vivimos en la añoranza de paladear un buen chocolate de mesa.

El chocolate es uno de los alimentos más concentrados que se conocen en el mundo. Las recetas para hacer el chocolate son variadas y secretas, puesto que cada una de las compañías productoras tiene su fórmula. El chocolate actual ya no es la pasta de cacao de hace años sino que contiene, en distintas proporciones, más grasa, azúcar, leche en polvo y saborizantes naturales y artificiales. Su gran demanda y su alta cotización en el mercado han dado lugar a que se imite su sabor por medio de métodos químicos orgánicos idénticos, en apariencia, a los naturales. Ejemplos de ello se encuentran en el Instituto Nacional de la Nutrición, donde se registran los componentes químicos que se requieren para dar a los productos el sabor deseado. Los tiempos cambian, así que si usted llegara a encontrar en las indicaciones de la etiqueta de algún chocolate el término cinamato de butilo, no se espante, es sencillamente una sustancia con sabor a chocolate, para que usted tenga la ilusión de que está comiendo chocolate.



Otra plaga: hamburguesas inmigrantes

Oscar Romero

Pocos recuerdan cómo llegaron, pero de pronto empezaron a ganar la calle e incluso se apostaron en algunos establecimientos fijos. Al principio, uno las miraba con desconfianza; pero como se veían tan atractivas en esos cochecitos nuevos, no quedaba más remedio que consumirlas.

El comercio creció a tal grado en México que actualmente se consumen 125 millones de hamburguesas al año y los negocios que se dedican a su venta representan ya el 15 por ciento de la industria restaurantera del país, según datos proporcionados por el Departamento de Mercadotecnia de *Burguer Boy*.

Hasta hace un par de meses, el mercado de hamburguesas en nuestro país estaba dominado por dicha empresa, cuyas ventas totales en 1983 fueron superiores a los tres mil millones de pesos.

Sin embargo, con la llegada de *McDonald's* —famosa cadena norteamericana, con ocho mil establecimientos en 30 países—, se agudizará la competencia publicitaria para ganar consumidores.

Este fenómeno, que algunos investigadores han dado en llamar "la guerra de las hamburguesas", preocupa a torteros y taqueros de varios rumbos de la ciudad. Quienes se dedican a la venta de tortas opinan que "las de milanesa, longaniza o pierna, son mil veces más nutritivas y baratas que una simple hamburguesa. Pero, ¿saben por qué hacen cola para comprar las hamburguesas? Unos porque se quieren sentir extranjeros y otros porque está de moda; pero detrás de todo está la penetración ideológica que ya nos llega hasta el estómago".

Carlos Martínez

En esta "guerra", los taqueros también contraatacan: "no es posible que los mexicanos cambiemos nuestros tacos de nenepile, de cuajo o de machito por una mugre hamburguesa que vete tú a saber de qué sea".

Envidia o simple competencia, lo cierto es que mucho se ha cuestionado la calidad nutritiva de las hamburguesas. Desde la desconfianza popular que difunde historias sobre perros, burros y caballos hechos picadillo entre dos rebanadas de pan, hasta los estudios más documentados que advierten sobre la baja calidad de la carne con que se preparan.

De acuerdo con una investigación realizada en 1983 por el Instituto Nacional del Consumidor, las hamburguesas se elaboran con un

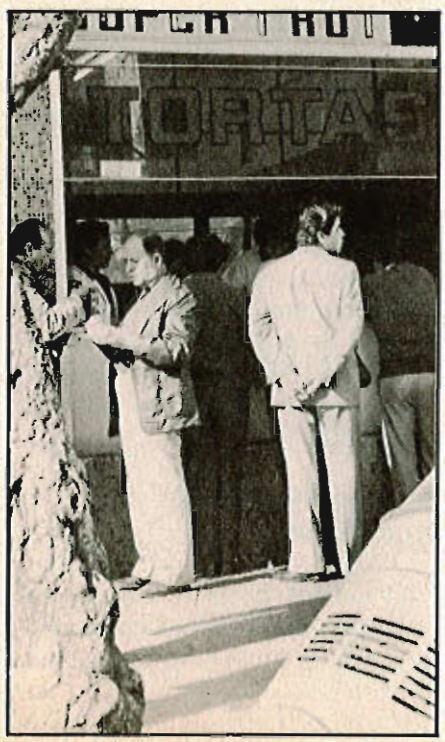
80 por ciento de "carne" y un 20 por ciento de grasa. Ese mismo estudio agrega que la carne molida para las hamburguesas se prepara con la llamada "pedacería", conformada por pellejos, tendones, cartílagos y demás sobrantes de los cortes de carne. Asimismo se detectó que, en cuatro marcas analizadas, había un faltante de 10 por ciento en el peso neto de la carne que ofrecían.

En nuestro país, el consumo de hamburguesas por persona en 1984 fue de 15 al año, mientras que en Estados Unidos fue de 200, indica un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor, A. C.

En otro análisis, dicha Asociación detectó que muchas de las hamburguesas que se consumen en México, contienen soya texturizada como saborizante que se adereza con verduras hidrolizadas.

Contra las versiones de algunos consumidores que afirman haber encontrado "colmillos de ratón" en sus hamburguesas, el licenciado Alberto Bouffiel, gerente de Mercadotecnia de *Burger Boy*, aclara que "son cartílagos y pellejos que vienen con la carne; pero el problema será resuelto con nuestro separador de sólidos".

Carlos Macías



La clientela cautiva de esta industria, es la población infantil. El licenciado Bouffiel explica que, con el fin de incrementar sus ventas, "constantemente se realizan promociones de descuento o de obsequio, enfocadas a los niños, pues son quienes componen el 60 por ciento de nuestra clientela y proceden por lo general de la clase media baja".

Otro sector donde ha fincado su éxito la industria de las hamburguesas, es el de los trabajadores. Con esta vida tan agitada, en donde pocos tienen tiempo para trasladarse a sus hogares y disfrutar una sabrosa sopa de fideos, arroz con chícharos y zanahorias o entomatado, el bocado rápido ha ganado terreno.

Así es como en las estaciones del Metro o en las terminales de autobuses deambulan los cochecitos de comida rápida: hamburguesas y *hot dogs*.

A su vez, el fenómeno del hamburguesamiento se ha expandido hasta algunas ciudades asiáticas, tales como Tokio, Hong Kong, Singapur y Manila.

En China, por ejemplo, se inauguró hace un año el primer restorán de "comida de paso" al estilo estadunidense, usando al pato *Donald* para encabezar lo que se denominó "la revolución de las hamburguesas y las papas fritas". A partir de ese local, que en su fachada anunciaba con luz roja de neón *Fast Food* (comida rápida), Pekín fue invadido por decenas de establecimientos de venta de hamburguesas.

Las protestas de los mil 200 restoranteros de aquella ciudad no se hicieron esperar, al grado de que organizaron una huelga de hambre frente al *Fast Food Yi Ly*, empuñando pancartas que decían: "Fuera la comida de paso, protejamos nuestra dieta tradicional".

Sin embargo, a decir de Benjamín Murrieta, especialista del Instituto Nacional de la Nutrición, "la invasión de la carne molida apresada en pan, con mostaza y salsa de jitomate, no ha permeado el gusto de los sectores populares del mundo, salvo en Estados Unidos.

Carlos Macías

"En gran medida esto se debe —continúa Murrieta— al alto costo de este producto. Una oblea de carne de no más de 50 gramos, un paquete de papas y un refresco cuestan más de 500 pesos. Con estos ingredientes nadie puede decir que esté bien alimentado. Si acaso obtendrá unas cuantas proteínas y carbohidratos pero hasta allí.

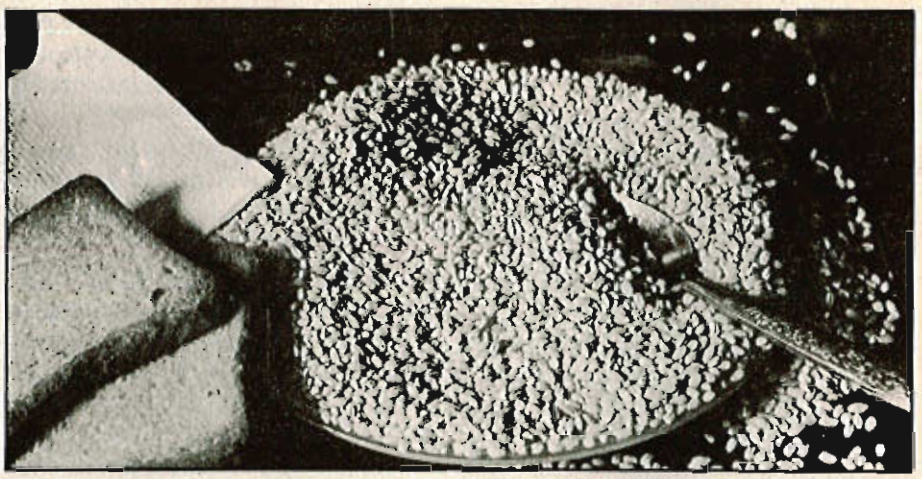
"Si fuera excesivo el antojo por las hamburguesas —señala el nutriólogo— pueden prepararse en casa y a muy bajo costo. Será suficiente con comprar carne molida, sal, ajo, cebolla y una rama de yerbabuena. Se fríen en poco aceite y listo".

Finalmente, Benjamín Murrieta dice que "no quisiera pensar que con las hamburguesas suceda algo semejante a lo que ocurre con el cambio de las aguas de frutas por los refrescos embotellados. Estoy seguro de que los sabrosísimos tacos no cederán terreno a las hamburguesas. Esta no es la década del adiós a los anafres".

La cebada, grano multiusos

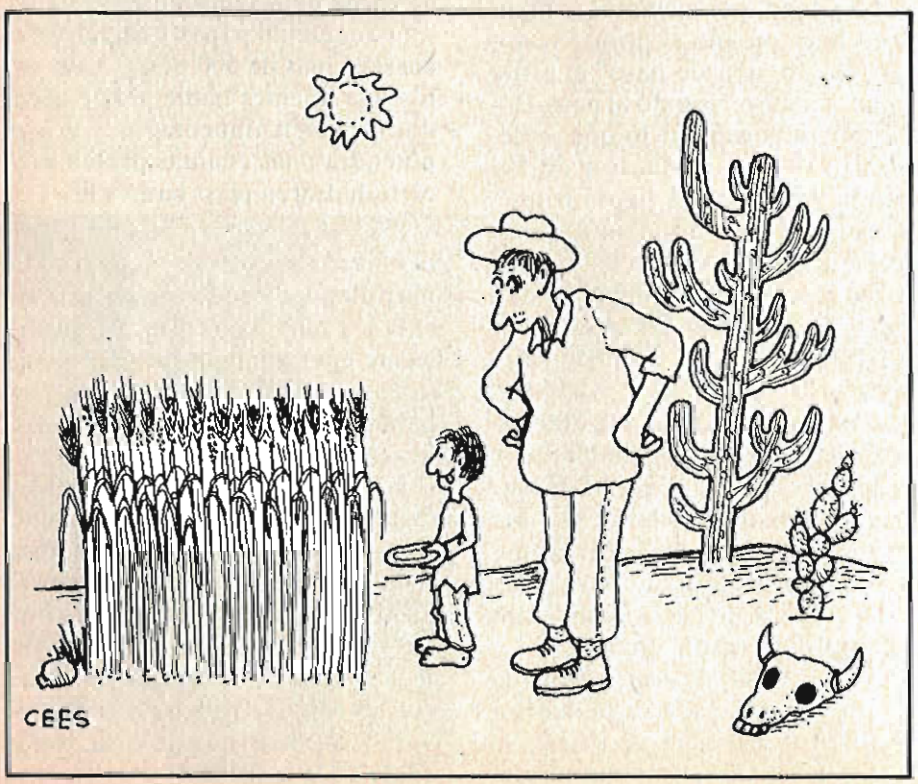
José Falconi

La cebada, ese preciado grano originario del Africa y de Asia, fue traído a nuestro país por los españoles, quienes lo utilizaban exclusivamente como forraje. Además, consideraban que la cebada era un cereal resistente a sequías, heladas y suelos salitrosos, siendo el único grano que podía desarrollarse y adaptarse a las condiciones ecológicas de la Mesa Central, ubicada en los ahora estados de Tlaxcala, México, Hidalgo y Puebla, donde los conquistadores establecieron el centro de su administración.



Carlos Marías

Hasta ahora, la importancia que ha tenido la producción de cebada para el país ha sido determinada por sus características como materia prima para la elaboración de productos como la cerveza, o como alimento para ganado. Sin embargo, el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIA) ha realizado estudios encaminados a la producción de alimentos para la población elaborados con este cereal, ya que, en términos generales, su valor nutritivo se asemeja al de la avena y es superior al del arroz.



Dicho Instituto se ha avocado a la investigación y utilización de variedades aptas para las industrias del pan y galletas, a la vez que ha tratado de obtener distintas variedades de cebada con mejor calidad industrial, mayor altura (para que pueda ser utilizada como esquilmo) y más resistencia a las plagas y enfermedades.

Así, en los laboratorios del INIA se han elaborado galletas con un 60 por ciento de harina de trigo y un 40 por ciento de harina de cebada, y panes con un 75 por ciento de harina de trigo y un 25 por ciento de harina de cebada. La textura y sabor de ambos productos no varía con respecto a los que se consumen tradicionalmente, pero sí aumenta su nivel de proteínas. Por esta razón, el INIA continúa investigando diversas combinaciones alimenticias de la cebada.

Algunos aspectos de producción

El cultivo de la cebada en los valles altos de la Mesa Central ocupa el primer lugar a nivel nacional. En esta área se siembra el 60 por ciento de las tierras que se destinan

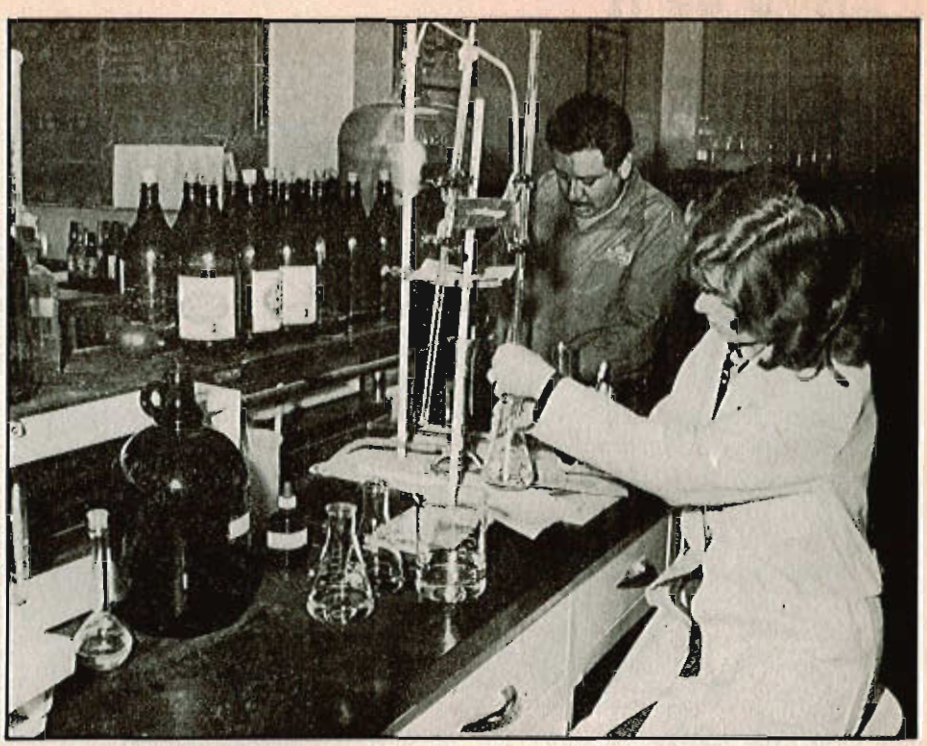
a este grano en todo el país. De 329 mil hectáreas de cebada que se siembran a nivel nacional, 263 mil corresponden a esta zona, según datos proporcionados por el Centro de Investigaciones Agrícolas de la Mesa Central.

La producción de este cereal es de gran importancia a nivel regional, pues en comparación con otros cultivos la cebada madura más pronto. Esto permite al agricultor sembrar a pesar de que las lluvias se retrasen y con menores riesgos de que las heladas tempranas afecten la cosecha, además de que necesita poca agua para desarrollarse.

Así, el 50 por ciento de la producción nacional de cebada se utiliza como forraje, y el otro 50 por ciento como materia prima en las industrias maltera y cervecera.

La capacidad de adaptación de la cebada ha sido mal entendida, pues si bien este grano puede desarrollarse en suelos pobres, también es necesario favorecer su cultivo en aquellas zonas de gran fertilidad, donde suelos propicios y buenas condiciones climatológicas podrían aumentar en forma considerable su producción, contribuyendo a generar más fuentes de empleo y recursos económicos para el país.

Otro problema que ha enfrentado el cultivo de la cebada para incrementar su productividad es el de las enfermedades foliares como la roya y la escaldadura, causadas por los hongos; enfermedades de la espiga; y principalmente, plagas como los pulgones, de los que existen varias especies. Al mismo tiempo debe resolverse la deficiencia fisiológica del tallo y raíz de este cereal, conocida como **acame.**



Nuevas variedades para suelos pobres

Si bien la investigación responde a la necesidad del hombre de transformar la naturaleza para vivir mejor, también debe resolver los problemas creados por la civilización. Un ejemplo claro de ello es la búsqueda de nuevas variedades de cebada para suelos empobrecidos por una intensa e ineficiente utilización agrícola.

Los investigadores del INIA han orientado sus esfuerzos, entre otras actividades, a obtener una nueva variedad apta para zonas ecológicas pobres. Para ello, actualmente se realizan diversos estudios en zonas de alta y baja humedad, así como en zonas donde en cualquier época del año son frecuentes las heladas.

En estas regiones se siembra cebada para seleccionar la que tenga mayor rendimiento, óptima calidad y mayor precocidad.

La importancia de las diversas investigaciones relativas al cultivo de la cebada consiste en que este cereal puede convertirse en una fuente de alimentación alternativa para la población, dada su alta concentración proteínica y su fácil adaptación a diversas zonas ecológicas.

Valor nutritivo de algunos cereales
(por cada 100 gramos)

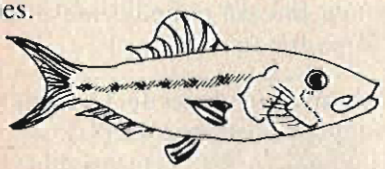
Alimento	Energía (kcal)	Proteínas (gr)	Grasas (gr)	Carbohidratos (gr)	Calcio (mgr)	Hierro (mgr)
Arroz	364	7.4	1.0	78.8	10	1.1
Arroz (harina)	363	6.9	0.6	79.7	9	1.3
Avena	367	10.8	3.1	73.8	61	3.3
Cebada	346	9.0	1.9	75.4	55	4.5
Cebada perla	344	9.5	1.1	76.2	12	2.1

Fuente: **Valor nutritivo de los alimentos mexicanos.** *Instituto Nacional de la Nutrición. México 1982.*

Los regalos del mar

Entre los alimentos de origen animal que se enlatan y distribuyen en nuestro país, la sardina es uno de los más nutritivos y baratos. Sin embargo, no es fácil capturar las miles de toneladas de este pescado que se consumen en México (aproximadamente 70 millones de latas al año).

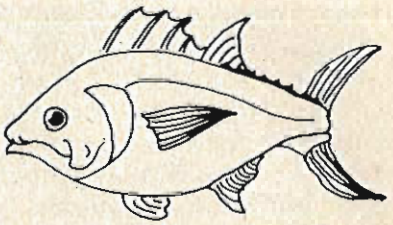
La luna es el principal obstáculo de los pescadores dedicados a la captura de la sardina, puesto que el reflejo de su luz sobre la superficie del mar produce manchas y destellos que se mezclan con el movimiento de los cardúmenes. Así, en las noches sin luna —llamadas por los pescadores "el oscuro"— se dan las mejores oportunidades para capturarlas en grandes cantidades.



De los cinco tipos de sardina que existen, la de mayor consumo en México es la llamada "Monterrey", que es también la preferida por la industria pesquera, pues es adecuada tanto para la fabricación de harina y aceite como para el enlatado.

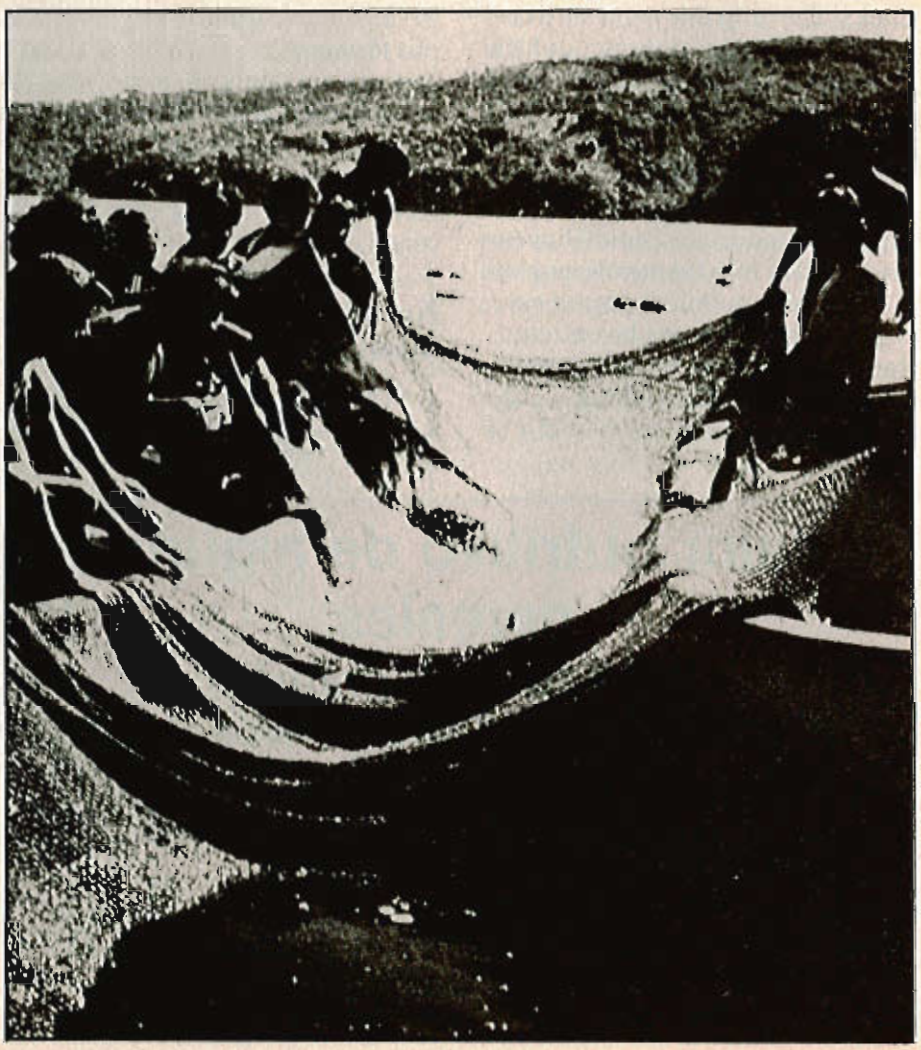
La península de Baja California y los estados de Sonora y Sinaloa son las zonas de mayor captura de este producto; de ahí, la sardina es llevada a cualquiera de las 55 plantas industrializadoras que hay en la República, en donde es cortada y enlatada para consumo humano o transformada en harina para emplearse en la industria de forrajes. Después se distribuye por conducto de los diferentes centros y expendios como Tepepan y más de 500 puntos de venta que integran el programa de Coabasto del Departamento del Distrito Federal. Hasta el mes de agosto de 1985 se distribuyeron mensualmente más de 100 toneladas de sardina, que se vendieron a un precio de 150 pesos por lata.

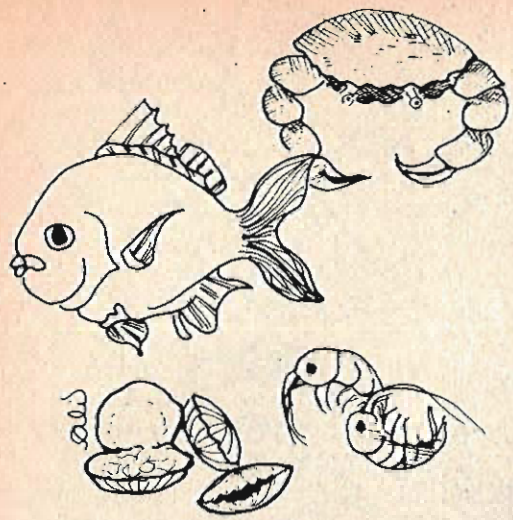
Otra alternativa alimentaria surgida del mar es el atún, cuya presentación más común es enlatado y con aceite, el cual se comercializa a un precio de 203 pesos por lata.

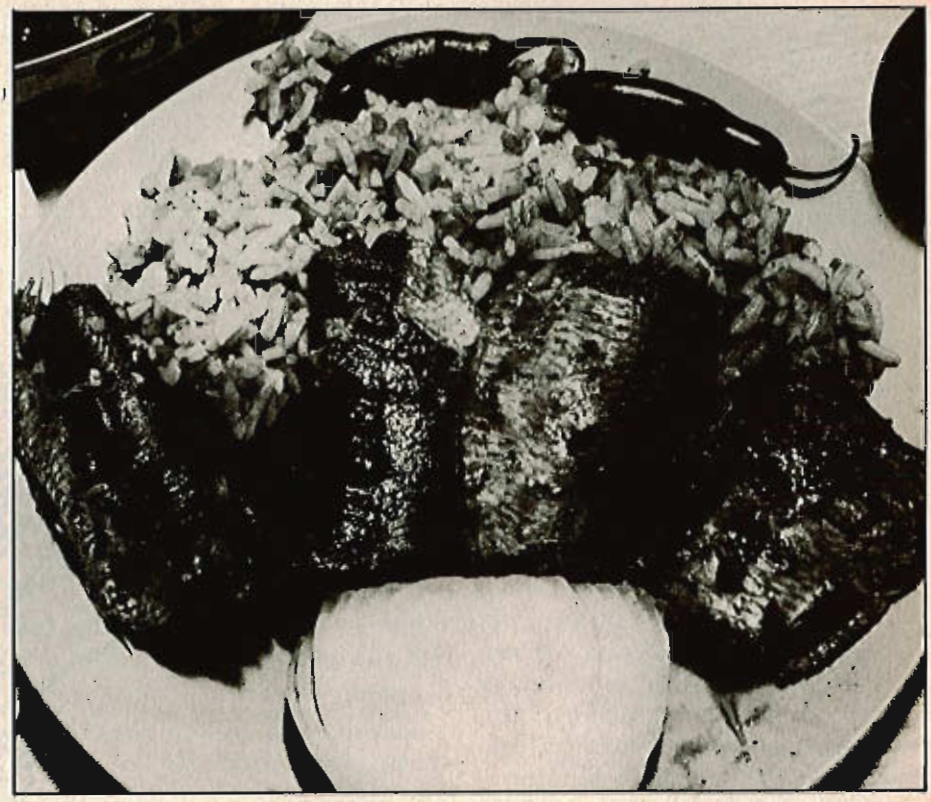


Contiene más proteína que la carne de res o de pollo (tiene 24 por ciento de proteínas, contra 21 por ciento de la carne de res y 19 por ciento de la de pollo).

La flota atunera mexicana —segunda en importancia en el mundo por su moderna tecnología— cap-







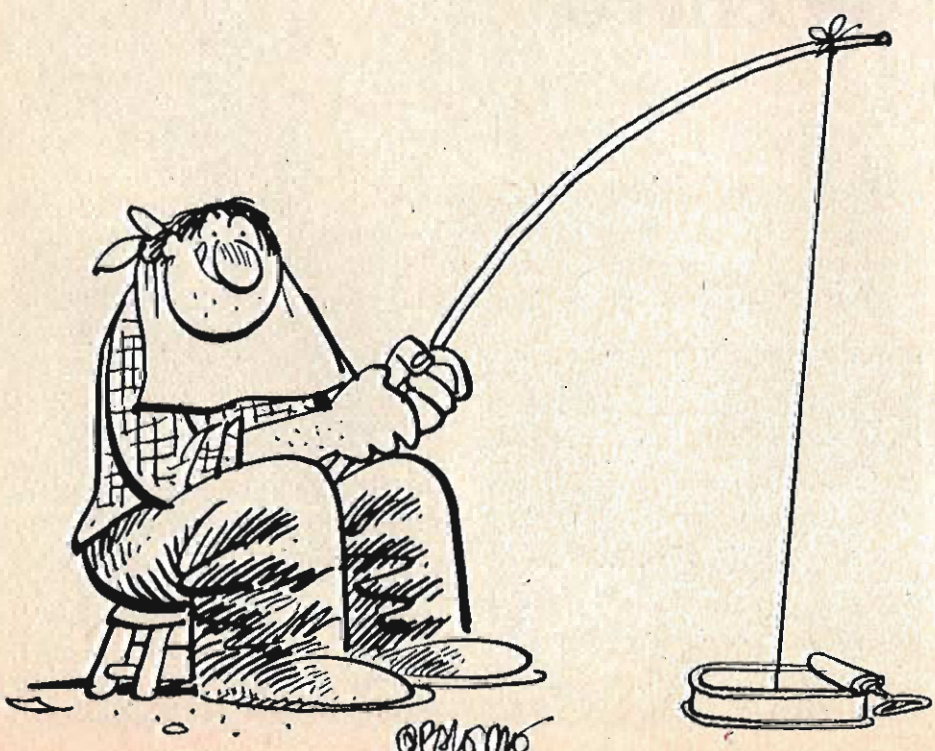
Javier Vallejo

turó durante el primer semestre de 1985 más de 40 mil toneladas, lo que representa un incremento de 52 por ciento sobre lo capturado en el mismo periodo del año anterior. Si a esto agregamos que hasta junio del año pasado se capturaron unas 180 mil toneladas de sardina (53 mil más que en 1984), con lo que se pretende superar la meta fijada en el Programa Nacional de Pesca y Recursos del Mar 1984-1988, podemos concluir que existe en el mercado una cantidad suficiente de estos productos, cuyos precios son inferiores a los establecidos para las carnes de res, cerdo y pollo.

Ante el alza de los precios de los alimentos cárnicos, el atún y la sardina representan valiosas alternativas alimentarias para los mexicanos, ya que son alimentos igualmente nutritivos y muy baratos.

Por otra parte, el Instituto Nacional de la Nutrición sostiene que en México existen altos niveles de desnutrición no sólo por la falta de recursos, sino por el desconocimiento del valor nutritivo de los alimentos. La población de bajos ingresos tiene una dieta monótona, con pocos alimentos y de baja calidad nutritiva. Sin embargo, gran parte de la población que cuenta con mayores recursos económicos tampoco se alimenta adecuadamente, pues gasta una parte importante de su presupuesto en alimentos poco nutritivos y que pueden generar problemas de obesidad, hipertensión, arterioesclerosis y diabetes, entre otros.

Consumir atún o sardina (proteínas), con verduras frescas y frutas (vitaminas y minerales), pan, tortillas, arroz o papas (carbohidratos), proporciona los nutrimentos para una dieta equilibrada, necesaria para mantener una buena salud.



La cuesta de enero

Oscar Romero

Estrenamos año. Los almacenes invierten enormes cantidades de dinero en campañas publicitarias y prometen "grandes ofertas", mientras enfrentamos los aumentos de precios de varios productos.

El reto primordial que nos presenta este mes es encontrar una ruta que nos permita escalar lo más decorosamente posible la cuesta de enero.

Pero, ¿qué tan empinada es y cómo nos afecta? Al respecto nos habla Gustavo Ponce, subdirector de Estudios Socioeconómicos del Instituto Nacional del Consumidor.

El licenciado Ponce advierte que sobre la cuesta de enero se han vertido muchas generalizaciones que fueron válidas en otros tiempos,

Carlos Macías

pero que ya no lo son para los momentos que actualmente vivimos. Por ello, dice, es necesario distinguir entre lo que acontecía hace unos años durante los meses de diciembre y enero, y lo que sucede ahora.

Explica que el término "cuesta de enero" surgió para denominar la difícil situación económica que prevalecía los primeros días del año, fundamentalmente a causa de la menor disposición de recursos de la población, en vista de los gastos decembrinos, aunados al incremento de precios que se registra en el mes de enero.

"Hasta hace unos meses —continúa Ponce— en diciembre los consumidores incurrían en grandes desembolsos de aguinaldos, ahorros y salarios, comprometiendo su patrimonio familiar. Pese a los aumentos de salarios que se registraban en enero, la situación se volvía más grave ante la escalada de precios".

Asimismo, en vista de que los comerciantes ven disminuir sus ventas, despliegan enormes campañas publicitarias para colocar sus productos e incluso abaratan una pequeña parte de su mercancía, sobre todo en los grandes centros comerciales, pero nunca lo hacen en aquellos artículos que son de primera necesidad.

Gustavo Ponce señala que actualmente se detecta un cambio en esta situación. Hoy no es cierta la afirmación de que la gente derrocha su dinero en las fiestas decembrinas; lo harán seguramente aquellas de ingresos muy elevados

Carlos Macías

e incluso algunos sectores de la clase media. Pero en términos generales, en los últimos años existe una tendencia hacia la racionalización de los ingresos.

Y agrega: "es inexacto que todas las personas comprometan sus recursos en prácticas consumistas. De acuerdo con los últimos estudios del INCO sobre los trabajadores de la industria de alimentos en el Distrito Federal, las compras de fin de año hoy no son tan desmedidas. Estos estudios indican que las personas de estratos bajos y medios utilizan su dinero para resolver sus necesidades apremiantes, como ropa y calzado, así como para reparaciones domésticas y pago de deudas, y finalmente para comprar los artículos que no pudieron adquirir durante el resto del año".

Señala que, "por el contrario, las personas de altos ingresos destinan la mayor parte de sus recursos a renglones superfluos como regalos, fiestas, viajes y comidas, entre otros".

Añade que, por el lado de los comerciantes, "en vista de que durante este año han visto especialmente reducidas sus ventas, se han dedicado a impulsar enormes avalanchas publicitarias y a promover algunas ofertas en productos no indispensables".

El licenciado Ponce concluye que "sí hay mecanismos de defensa contra la cuesta de enero. Es necesario que los consumidores racionalicen el gasto a través de la planeación de su presupuesto familiar; verifiquen las listas de precios del INCO antes de realizar compras; no se dejen llevar por los anuncios de las supuestas ofertas, ya que antes es necesario pensar si esos productos son realmente indispensables y, por último, si les sobra dinero, ahorren: más adelante lo pueden necesitar".

Javier Vallejo

Exposición Nacional de Educación y Alimentos

J. Ignacio Rodríguez Reyna

En nuestro país existe una grave desarticulación entre las necesidades del aparato productivo orientado a satisfacer los consumos de la población y las carreras que se imparten en las diversas instituciones de educación técnica y superior.

El 16 de octubre se celebró el Día Mundial de la Alimentación. En esa misma fecha se inauguró en Guadalajara la Exposición Nacional de Educación y Alimentos, organizada por la Secretaría de Educación Pública, la Universidad de Guadalajara, y la Comisión Nacional de la Alimentación, en la que participaron también diferentes organismos e instituciones públicas y privadas. La exposición se mantuvo por un mes en el local de Los Belenes, de la Universidad de Guadalajara.

Uno de los principales objetivos de la exposición fue motivar a los estudiantes a tomar conciencia de los requerimientos de profesionales y técnicos para el sector alimentario, así como presentar un panorama general sobre los programas educativos y de capacitación orientados a la formación de especialistas en distintos aspectos del sistema alimentario.

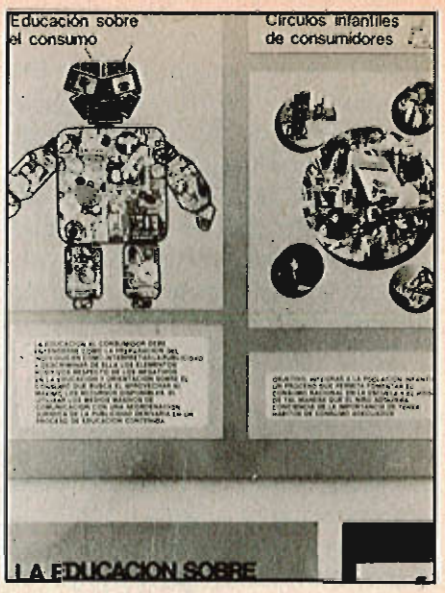
Sin embargo, la exposición no se redujo sólo a estos temas, sino que se abordaron otros aspectos vinculados con la alimentación: la vida y los alimentos, el panorama de la producción nacional e internacional, la transformación, el abasto, el consumo y el futuro alimentarios.

El Instituto Nacional del Consumidor participó en este evento como coordinador en el sector "Consumo de los alimentos". Igualmente, el Instituto Nacional de la Nutrición (INN); el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF); la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO); y Azúcar, S. A., participaron en esta área. Se presentó información referente a la situación nutricional de la población y sus hábitos alimentarios.

Mediante el uso de láminas, gráficas y audiovisuales se expusieron los resultados de algunos estudios realizados por el INCO respecto al desmedido gasto publicitario de alimentos.

Así, en 1984, las erogaciones en publicidad de alimentos totalizaron 26 mil millones de pesos, cantidad equivalente a más de la mitad del valor estimado de la producción nacional de frijol. Del gasto total, 18 mil millones se destinaron a la publicidad de productos "chatarra", en tanto que 8 mil fueron utilizados para publicitar alimentos industrializados.

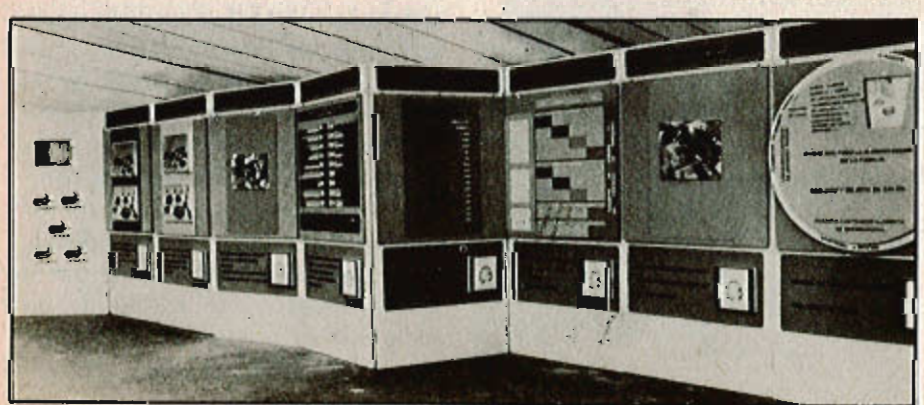
En lo que se refiere a la publicidad de refrescos, anualmente se gastan más de 3 mil millones de pesos por este concepto; 60 por ciento de este gasto es absorbido por dos empresas extranjeras. Se estima que en 1985 cada mexicano consumió 125 litros de estas bebidas embotelladas.



Por otro lado, se destinaron 2 mil 150 millones de pesos para gastos publicitarios de botanas y frituras, en tanto que para dulces se gastaron 3 mil 900 millones. En publicidad para galletas y pastelillos se gastaron, durante 1984, 3 mil 500 millones, cantidad suficiente para alimentar a 16 mil niños durante un año.

Respecto a la influencia de la publicidad sobre los patrones de consumo, el INCO señaló que éstos han sufrido importantes modificaciones, ya que incitan a consumir productos que no aportan ningún beneficio a la salud, y que en cambio proporcionan una excesiva cantidad de carbohidratos.

Por otra parte, el INCO instaló —en colaboración con el programa Micro-SEP, de la Secretaría de Educación Pública—, dos computadoras que permitían a los estudiantes que visitaban la exposición hacer preguntas para conocer la calidad de su dieta alimentaria. La posibilidad de interactuar con la computadora se convirtió en un atractivo importante para los visitantes.



Consumidor en el mundo

Educación comercial sobre nutrición

Publicidad de la industria alimentaria

Un análisis de la educación comercial sobre nutrición debe comenzar con una evaluación de la publicidad, puesto que representa la actividad "educativa" mejor financiada y mejor conocida de la industria alimentaria. Aunque los mismos agentes de publicidad (y con frecuencia también los educadores) tienden a negar la función educativa de la publicidad, es evidente que:

- — educación es todo aquello que lleva a las personas a aprender;
- — la mayor parte de la gente aprende **algo** de todo lo que le llega en el transcurso de la vida.

Existe confusión entre educación y enseñanza escolar, entre educación **incidental** adquirida en el curso normal de la vida y la educación **intencional** propiamente escolar. Sin embargo, buena parte de la educación recibida fuera de las aulas escolares es también intencional. Varias instituciones sociales, desde la familia a los grupos religiosos, a la radio y televisión, cuentan con programas que enseñan de forma deliberada y sistemática.

La intención de la publicidad de alimentos consiste en crear un deseo de cierto tipo de productos alimenticios. Teniendo como mira este fin, el agente de publicidad de

¡Suscríbase!

Obtenga una revista gratis

Por cada suscripción anual (12 números) a la *Revista del Consumidor*, usted recibirá un ejemplar sin costo adicional.

Envíe hoy mismo un giro postal por la cantidad de $600.00 (SEISCIENTOS PESOS 00/100 M.N.) a nombre de:

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
ADMINISTRACION DE CORREOS núm. 44
C.P. 03100 MEXICO, D.F.

Le rogamos especificar en el giro postal los siguientes datos:

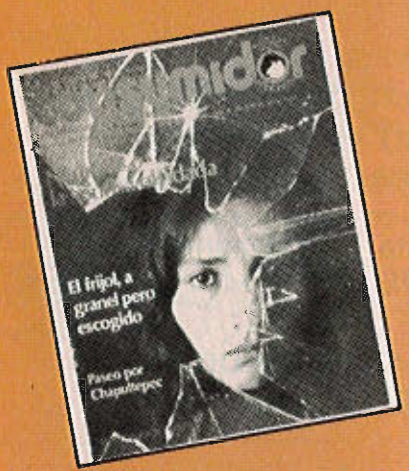
NOMBRE O EMPRESA _____
DIRECCION _____
COLONIA _____ DELEGACION _____
CIUDAD _____ ESTADO _____
CODIGO POSTAL _____ TELEFONO _____

A vuelta de correo recibirá mensualmente la *Revista del Consumidor*.

Para cualquier aclaración o duda sobre suscripciones, favor de comunicarse al teléfono 559-73-77 extensión 132 del Departamento de Distribución del INCO.

Consumidor

¿Quiere mejorar su revista?



Hasta ahora, los lectores interesados en los problemas de consumo han sido nuestro apoyo. Día con día, desde hace nueve años, damos con usted las pequeñas batallas para llegar a más gente y hacerlo de la mejor manera posible. Usted puede ayudarnos: complete este cuestionario cuando tenga un poco de tiempo y envíelo a Insurgentes Sur 1228, 5o. piso, Delegación Benito Juárez, C.P. 03210 México, D.F. Será bienvenido.

1 ¿Cuáles son los artículos que más le interesaron en este número?

_____
_____
_____

¿Por qué?

_____
_____
_____

2 En su opinión, ¿la *Revista del Consumidor* aporta soluciones a sus problemas de consumo?
Sí ☐ Poco ☐ No ☐

3 ¿Qué temas y/o problemas le gustaría que se trataran en la revista?

_____
_____
_____

4 ¿Qué le disgusta de la revista? (Por ejemplo la portada, el tamaño de las letras, la impresión, las fotografías, los temas, el diseño, el tipo de papel, etcétera).

_____
_____
_____

alimentos trata de hacer aparecer su producto como algo muy deseable y de algún modo esencial para el bienestar social, sicológico y/o físico del público al que se dirige. Puesto que el conocimiento o creencia de la relación existente entre alimentos y bienestar forma parte del contenido de la educación sobre nutrición, resulta claro que los agentes de publicidad de alimentos son, hablando en general, educadores en materia de nutrición.

En los Estados Unidos existe una conciencia cada vez mayor de esta función "educacional" de la publicidad de alimentos, especialmente por lo que a los niños se refiere. La Comisión Federal de Comercio, como organismo regulador encargado de proteger al público de métodos comerciales ilegales o no permitidos, ha examinado las efectivas y posibles funciones educativas de la publicidad de alimentos. En los últimos años la Comisión ha propuesto:

— exigir cada vez más información instructiva en los anuncios de alimentos; y
— regular la publicidad dirigida a los niños, especialmente la que se ocupa de productos alimenticios muy azucarados.

Fernando Rojas

Todavía no se han promulgado reglamentaciones definitivas, y la presión ejercida por la industria alimentaria ha inducido a reducir el poder legislativo de la Comisión Federal de Comercio (CFC). Sin embargo, es importante hacer notar que, en un país que consume más de la mitad de toda la publicidad mundial, un importante organismo regulador se ha interesado de la publicidad como si **impartiera** educación sobre nutrición y ha tratado de mejorar la calidad de la instrucción facilitada.

Repercusiones adversas de la publicidad de alimentos

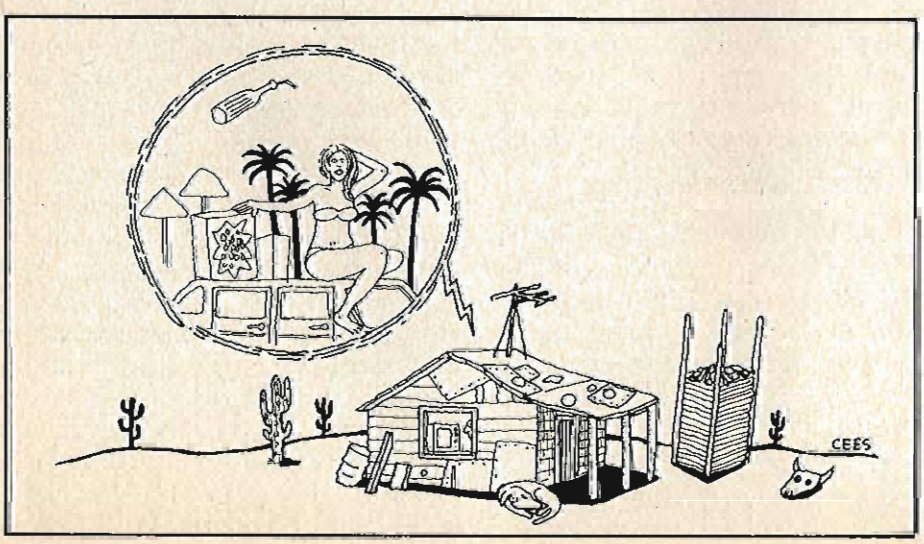
En los países pobres como en los ricos, el dinero gastado en publicidad de alimentos y bebidas pudiera exceder con mucho los fondos disponibles para las actividades de promoción sanitaria. Puesto que está ampliamente reconocido que dicha publicidad enseña a los pobres a adoptar el estilo de vida de los consumidores occidentales, las críticas contra la publicidad sostienen que ésta induce a los pobres a comprometer su salud, enseñándoles a malgastar sus limitados recursos en símbolos de la vida moderna como bebidas analcohólicas y alimentos de consumo rápido e informal.

En estos últimos años, se ha elevado una acusación incluso más

grave: algunos fabricantes de alimentos para niños de pecho han contribuido a la malnutrición y muerte de éstos desaconsejando la alimentación materna. Como respuesta, la industria acordó en octubre de 1979 que dicha promoción debía suspenderse.

Unicamente desde que las críticas han comenzado a acusar a la publicidad alimentaria de "educación perjudicial" o han tratado de regularla, como el caso de la CFC, de mejorar su utilidad educativa, sus partidarios han comenzado a insistir en que no educa ni puede educar. En el actual clima adverso, las empresas alimentarias más dispuestas a admitir que su publicidad es "educativa" son aquéllas para quienes la "educación" está más en armonía con las ventas de productos. Por ejemplo, una gran empresa alimentaria de Estados Unidos, recientemente objeto de un estudio en lo referente a sus actividades de educación nutricional, mencionó su presupuesto total de publicidad para la margarina poli-insaturada y su sucedáneo de huevo sin colesterol como gasto destinado a la educación sobre nutrición. Probablemente, esta sociedad industrial educaba al público sobre el efecto hipocolesterolémico de las dietas con contenido elevado de ácidos poli-insaturados y con escaso contenido de colesterol.

Sin embargo, en general la postura de la industria alimentaria sostiene que sus pródigos presupuestos para publicidad en todo el mundo no deberían considerarse como agentes de posibles consecuencias educativas ni de repercusiones educativas efectivas. Las intenciones educativas **manifiestas** de la industria se expresan mediante materiales y actividades la mayoría de las veces producidos por departamentos de relaciones con los consumidores. Aunque los presupuestos para fines educacionales son por lo general insignificantes en comparación con los gastos en promoción directa de los productos, la industria alimentaria considera cada vez con mayor seriedad el aspecto educativo de sus actividades a medida que aumenta la ofensiva de la crítica contra la industria, y a medida que los Estados Unidos y otros países elaboran políticas nutricionales que pueden amenazar a varios grupos de productores.



Fuente: Gussow, Joan D. Revista **Alimentación y Nutrición.** *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Vol. V-No. 2, 1979. Roma, Italia.*

¡Si los consumidores no vienen a ti, mándales Mc Donald's!

Jaime Avilés

McDonald's la mundialmente conocida marca de comida plástica que ha cautivado el paladar de millones de norteamericanos gracias a la suculencia de sus hamburguesas, abre sus puertas en México al cabo de un año y medio de preparativos. Algunas opiniones estiman que lo hace inspirada, tal vez, en el famoso proverbio mahometano de la montaña. "Como ya no podemos ir a Estados Unidos, Estados Unidos viene a nosotros aunque sea en esta forma", dice Héctor Suárez, bromeando con su hijo y con el reportero en el vestíbulo del nuevo restorán.

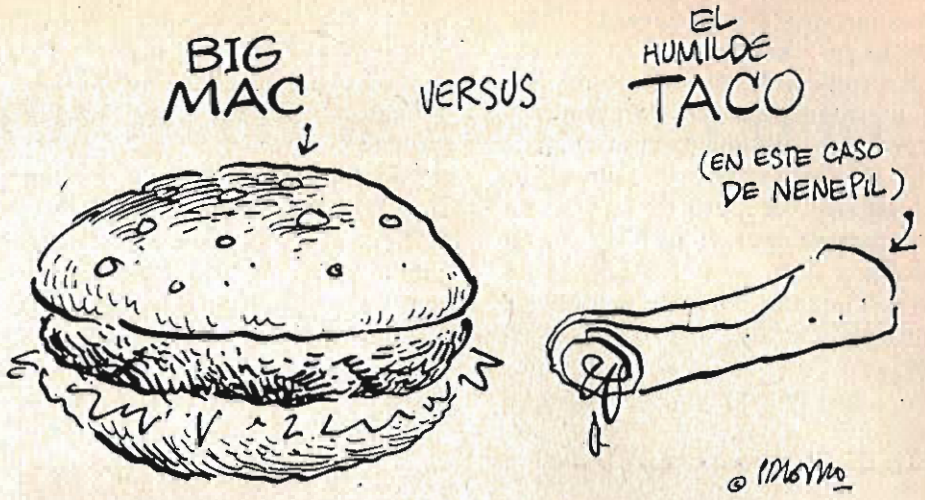
Es un día cualquiera de entre semana, a media tarde, y decenas de personas conversan y mastican en la opaca luz del color del Periférico, que entristece el salón. Detrás del mostrador más de treinta empleados uniformados —bajo la supervisión de expertos estadunidenses— trabajan frenéticamente entre los refrigeradores, hornos, estufas y mesas de una flamante cocina electrónica, que parece más bien el cuarto de máquinas de un submarino nuclear.

"Yo he estado en el *McDonald's* de Madrid y la verdad, la verdad, la comida sabía a sebo", confiesa Héctor Suárez. "También estuve en el de Londres, y lo mismo: era horrible". El popular comediante afirma que sólo les ha encontrado el gusto a las hamburguesas de los *McDonald's* de Estados Unidos, y advierte que no va a decir qué le parecen las de aquí porque todavía no las prueba. "Nada más vengo a tomar un café, en lo que me entregan mi coche, acá en el taller de junto".

A juzgar por la ubicación del establecimiento —a la orilla del Periférico Sur, frente a las instalaciones del Canal 13 y al pie del Ajusco— se antoja pensar que *McDonald's* ha elegido minuciosamente a su público consumidor, para no arriesgar antes de emprender la conquista de un mercado más amplio. Por lo pronto, serán sus clientes y favorecedores, en primer término, sólo aquellos que dispongan de un automóvil para remontarse hasta este alejado lugar, cuyos precios, es evidente, no están al alcance de los trabajadores de las empresas del rumbo.

En el amplio estacionamiento para setenta vehículos, hay un corredor para quienes deseen recibir el servicio en su coche. Entra usted a bordo de su poderoso, y luego de esperar en la cola más de veinte minutos, pisa el pedal del freno ante una pequeña caja parlante y asoma la cabeza por la ventanilla para examinar las ofertas que le sugiere un tablero panorámico, ilustrado con fotografías a colores de las especialidades de la casa, impresas en inglés, a pesar de los ordenamientos vigentes, y de lo que alguna vez se llamó la **Comisión para la defensa del idioma español**. Entonces, una voz muy animosa lo saluda con un cálido "Bienvenido a *McDonald's*" y usted se pone a leer y a pensar, estudiando las posibilidades del menú:

"*Big Mac*, 575; *Quarter Pounder*, 530; *Quarter Pounder with cheese*, 600; *McNuggets chicken*, 6 piezas, 550; 9 piezas, 760; 20 piezas, 1,615; filete de pescado, 435; hamburguesa con queso, 275; hamburguesa sola, 230; papas fritas (grande), 300, (chica), 230; café, 85; leche, 90; decaf, 85". Pero, asimismo, se puede pedir una comida completa de este modo: "*Big Mac*, papas (grande) y refresco mediano, 975; filete de pescado, papas (grande) y refresco mediano, 835; hamburguesa con queso, papas (chica) y refresco mediano, 605; y hamburguesa sola, papas (chica) y refresco mediano, 560".



De pronto, en la hilera de autos que había esa tarde, venía uno de modelo muy reciente con cuatro nenas vestidas a todo lujo, que empezaron a tomarle el pelo a la voz de la cajita parlante. Esta les dijo: "Bienvenidos a *McDonald's*". Y la que iba al volante contestó: "*Oshe*, ¿qué nos recomiendas, eeeeh?" La cajita explicó que todo estaba "de película", y la muchacha le pidió un pay de fresa. "Fíjate que ya se nos terminó —dijo la cajita parlante—, ¿alguna otra cosa?" Bueno, admitió ella, que sea de nuez. Pero daba la casualidad que de nuez tampoco había ya. "Ash, pues entonces dedíquense a otra cosa, ¿no?".

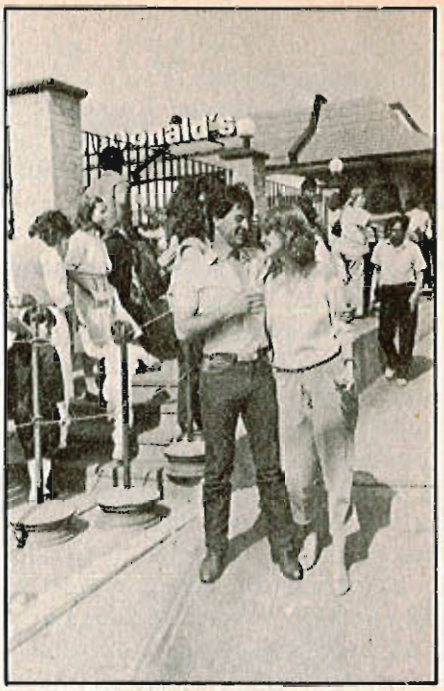
La cajita se disculpó: "Oye qué mala onda, caray". Y dijo: "Si me esperas tantito, te mando traer tu pay a Estados Unidos, en cinco minutos te lo tengo listo. No te vayas a enojar, *plis*". La muchacha preguntó, indecisa: "¿De veras?" Y el hombre que aguardaba en el automóvil de atrás tocó el claxon y dio un sonoro acelerón. La cajita insistió: "Oye, qué pena contigo, caray. ¿No les apetece otra cosita?" Y la muchacha, muy triste, confesó que no. "Figúrate que sólo teníamos ganas de un pay", dijo. El hombre de atrás volvió a hacer rugir su motor. Y la cajita: "¿Ya comieron? Uf, qué lástima caray..."

Por fin, la muchacha y sus amigas eligieron algo que sí había, mientras varios carros más empezaban a imitar los ruidos impacientes del que apuraba a las cotorristas. Cuando quedó convenido el precio, la voz del parlante se atrevió a preguntar: "¿Qué placas tiene tu nave, eh?" Y la conductora le dijo los números y las letras a su invisible galán. Cosa rara, en el momento en que el vehículo de las muchachas se detuvo frente a la ventanilla donde se entregan y se cobran los pedidos, nadie se asomó para consumar el ligue, acaso por aquello que de la vista nace el amor...

Fernando Rojas

De acuerdo con las averiguaciones que el reportero llevó a efecto entre los empleados del restorán, su propietario, el señor Saúl Kahan, tuvo que pagar 30 millones de pesos para obtener la concesión de *McDonald's* en México, suma que, agregan, "recuperó en la primera semana de operaciones", lo que tal vez sea cierto si se consideran las interminables colas de peatones y automóviles que se produjeron en la acera y en la lateral del Periférico. Uno de los miembros del personal comentó, incluso, que desde que se inauguró la primera tienda con escalera eléctrica en México, ningún otro negocio había levantado entre el público tanta expectación.

Sin embargo, no todo fue tan sencillo para el señor Kahan. Después de conseguir la concesión en un concurso privado, tuvo que tomar un curso en "mcdonología" en Estados Unidos, a lo largo de cuatro meses, y luego venir a instalar el restorán como una réplica exacta de los locales norteamericanos. Según Héctor Suárez, les quedó igualito, sólo el color de los revestimientos de madera es un poco más claro, pero lo demás es exactamente igual".


Carlos Macías

Otros empleados revelaron que después de dar estos pasos iniciales, la oficina central de *McDonald's* en Estados Unidos envió a un grupo de asesores a supervisar que cada uno de los platillos reuniese las características "y el nivel de calidad" que poseen los norteamericanos, y que se tardaron un año y medio en lograrlo aquí. "Todavía tenemos en la cocina a algunos de estos expertos, que se la pasan checando que todas las cosas se hagan como allá, y cuando algo les parece que está mal no nos permiten que salga".

Por lo demás, los empleados no atinaron a responder cuál es su situación laboral, si están sindicalizados o no, si los asesores estadunidenses cuentan con los permisos de trabajo reglamentarios, etcétera. Afirman, sin embargo, que se sienten "muy a gusto, porque el ambiente es muy padre", y confían en que el negocio se irá para arriba, puesto que los planes calculan que antes de un año habrá 17 *McDonald's* en todo el país.

Un *Big Mac* rojinegra, con *catsup*

A mes y medio de su fastuosa inauguración en el sur de la ciudad de México, el *american dream* de *McDonald's* estuvo a un paso de fracasar: los 300 empleados de la trasnacional hamburguesera colocaron las banderas de huelga en el local, por la tarde del martes 3 de diciembre pasado.

El emporio de la carne molida intentó trasplantar a tierras mexicanas el modelo de contratación que campea en el vecino país del norte. Del trato verbal surgió la "contratación por horas": tantas horas trabajas, tantas horas se te pagan, a 500 pesos cada una.

La idea del consorcio es la típicamente yanqui contratación eventual de estudiantes que no tienen nada que hacer el fin de semana. Pero en México, los trabajadores de *McDonald's* (los de "tiempo completo") tienen derecho a la contratación con descanso semanal, Seguro Social, vacaciones y derecho de antigüedad, todo lo cual está estipulado por la Constitución.

Incierto futuro el de *McDonald's* en nuestro país, si trata de abrir un enclave y, de entrada, ignora la legislación laboral mexicana.

Carlos Macías

Crisis y cambios en la alimentación

J. Ignacio Rodríguez Reyna

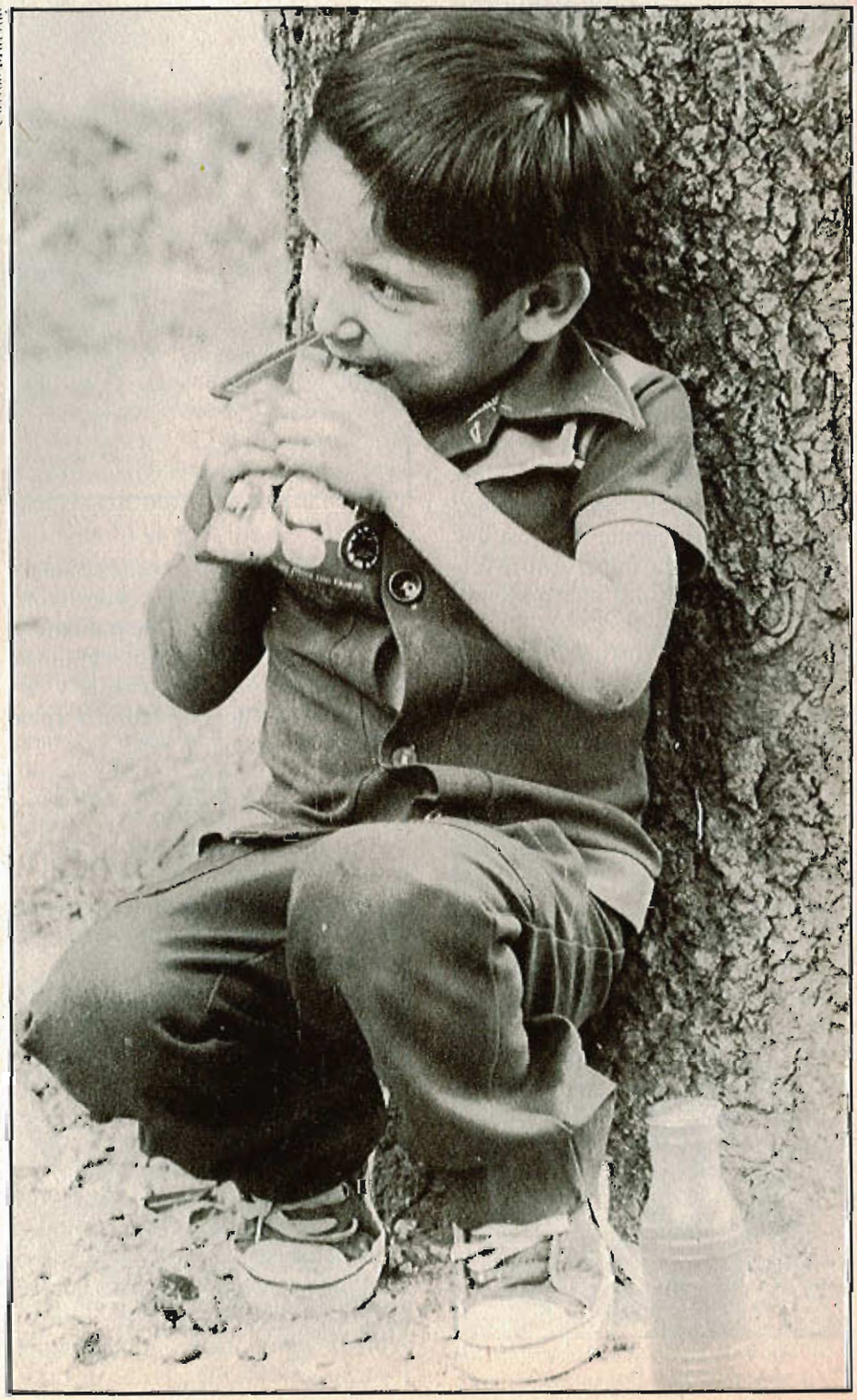
La crisis económica de los tres últimos años ha ocasionado un grave deterioro en la dieta de la población, especialmente en la de los estratos de menores ingresos, afirma para esta revista Jacobo Schatan, economista e investigador de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

A pesar de que se cuenta con pocos datos que ilustren los efectos de la explosiva aceleración del proceso inflacionario, del aumento de las tasas de desempleo y subempleo y de la aplicación de las políticas de ajuste auspiciadas por el Fondo Monetario Internacional, sobre las condiciones de alimentación de los grupos menos favorecidos, es posible concluir que éstas han sido cada vez más deterioradas.

Los efectos de la crisis sobre la calidad de la alimentación son evidentes, señala Schatan, ya que las personas afectadas comen menos que antes porque su poder de compra ha descendido drásticamente en los últimos años.

Además, apunta, la caída del poder de compra de grandes sectores de la población los ha forzado a disminuir el consumo de los alimentos más caros, como la carne, y a sustituirlos por otros de menor costo.

Schatan indica que no se sabe con certeza si este remplazo proporciona la cantidad de proteínas, calorías, vitaminas y minerales que requiere el organismo. "Sin embargo —señala— es posible que se estén dejando de consumir algunas proteínas que aportan al organismo los elementos básicos requeridos, lo que representa un retroceso desde el punto de vista nutricional.



Carlos Macías

"En un estudio realizado por el INCO —puntualiza el investigador de la FAO— se pudo determinar que más del 70 por ciento de las familias encuestadas, cuyo ingreso no rebasaba el doble del salario mínimo, redujo el consumo de aceite, arroz, frijol, huevo, frutas y legumbres, leche y sopa de pasta. Asimismo, se encontró que entre 50 y 70 por ciento lo hicieron con respecto a la carne, el pan, el pescado y los refrescos.

"Ahora bien —puntualiza Schatan— para las familias cuyas percepciones se encontraban entre cinco y 10 veces el salario mínimo, se evidenció un descenso apreciable en el consumo de carne (32 por ciento de las familias encuestadas), pescado (65 por ciento), y refrescos embotellados (55 por ciento)".

Lo "positivo" de la crisis económica —dice— es que especialmente los estratos medios y bajos de la población han tenido que reducir el consumo de alimentos que no eran nutritivos. Es una paradoja, incluso, que la gente que estaba sobrealimentada tenga ahora un régimen nutricional más adecuado.

En cuanto a la sustitución de alimentos, Schatan expone que particularmente las familias de menores ingresos tuvieron que recurrir a ella. El consumo de aceite se sustituyó por el de manteca; el de arroz, por sopa de pasta; leche por café y té; azúcar por piloncillo; legumbre por frijoles; pan por tortilla y refrescos por agua de fruta o agua natural

Carlos Macías

Jacobo Schatan, economista e investigador de la FAO.

"Es preciso advertir —continúa— que el descenso en el poder de compra de la población se aceleró dramáticamente en los dos últimos años. Esta erosión en el poder de compra y de consumo tendrá efectos nutricionales adversos". Schatan refiere, además, que de acuerdo con estimaciones del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), el salario mínimo real decayó un 30 por ciento entre 1981 y 1984. "Como en 1985 este descenso ha continuado, se puede estimar que el poder de compra de un gran sector de la población es aproximadamente la mitad de lo que representaba hace cuatro años, lo que supone que el gasto real en alimentación también ha bajado en no menos del 50 por ciento en este periodo", agrega el entrevistado.

Por otra parte, Schatan considera que la publicidad ha jugado un papel decisivo en el deterioro de la dieta de la población, pues estimula el consumo de alimentos y bebidas que no aportan los nutrimentos necesarios para el organismo, pero que sí quitan mucho al bolsillo.

Asimismo, señala que hace falta una acción más efectiva del Estado para regular la publicidad. "El gobierno —afirma— debería imponer normas mucho más estrictas en el control de la publicidad. Igualmente, considero que las figuras destacadas —deportistas y artistas— no deberían prestarse al juego de las empresas que producen alimentos 'chatarra'. Por otro lado el Estado debería aprovechar el tiempo que le corresponde en radio y televisión para hacer una contrapropaganda muy seria. No se puede impedir que las empresas hagan publicidad de sus productos, pero

hay que contrarrestar su nociva influencia.

"Hay que realizar —reitera— una campaña muy organizada, porque los esfuerzos que se han hecho a este respecto son valiosos, pero han estado descoordinados y han sido insuficientes. El Estado tiene que realizar una embestida muy fuerte. Cuenta con las instituciones, los medios y el conocimiento para hacerlo. No importa que tenga que enfrentar a las transnacionales: la salud del pueblo está por encima de todo".

—¿Es posible resolver el problema de la desnutrición?

—Existen soluciones temporales o parciales: por ejemplo, complementar la alimentación, lo que ya se realiza mediante la entrega de desayunos escolares o por medio del enriquecimiento de los alimentos con vitaminas y minerales. Pero la solución real, definitiva, es que se eleve el nivel de vida de los habitantes del país. Además, es urgente que se mejoren las condiciones de compra de los alimentos; el precio que el consumidor paga por ellos es muy alto en relación con el pago que recibe el productor. La diferencia es tan grande que si se pudiera introducir —lo que es factible— un mejoramiento en los sistemas de distribución y comercialización de los productos, los consumidores podrían obtener porcentajes de ahorro muy elevados.

Sin embargo, hay múltiples factores que obstaculizan esta acción. En la distribución, por ejemplo, existen grupos ya consolidados que hacen muy difícil la intervención de las autoridades. La actuación de CONASUPO en esta área es insuficiente. En el rubro de alimentos perecederos —carne, frutas y verduras— la participación del Estado es mínima.

También es preciso reforzar los sistemas de abasto que pongan en contacto a los consumidores con los pequeños productores, de tal manera que se establezca un enlace directo entre el campo y la ciudad, para que unos reciban un pago más alto por lo que venden y otros paguen mucho menos por lo que compran.

Respecto al desperdicio de alimentos, Schatan explica que los volúmenes que se pierden en el proceso de distribución y comercialización son alarmantes. Las pérdidas después de la cosecha, pueden llegar a 30 por ciento en los alimentos perecederos. Por deficiencias en el almacenamiento se pierden aproximadamente 1.5 millones de toneladas de granos al año.

Existen además otros aspectos del desperdicio alimentario: los que se descomponen antes de ser consumidos y se tiran a la basura, así como los residuos que quedan en los platos.

De acuerdo con un estudio realizado recientemente por el Centro de Ecodesarrollo —refiere el investigador—, en el Distrito Federal (DF) se desperdician alrededor de 165 toneladas diarias de pan y tortilla, es decir, 60 mil toneladas anuales. Según los autores de la investigación, el desecho de alimentos es de 10 por ciento del total consumido. Si se considera, añade, que el consumo global de alimentos en el DF es de 10 millones de toneladas al año, esto significa que el desperdicio anual de alimentos en la metrópoli es de un millón de toneladas.

Finalmente, Schatan indica que con este desperdicio se podrían cubrir las deficiencias en el consumo de calorías y proteínas de la mitad de la población. "Esto nos da una idea de la magnitud del problema".

Javier Vallejo

Los insectos, una alternativa alimentaria

Ma. Teresa Chávez Trueba

Si usted es de esas personas que no soportan ver una bormiga, mucho menos cuando degusta un buen filete o un taco de carnitas; si le provocan náuseas las lombrices y se esmera en aplastar contra la pared a las abejas, le sugerimos que, en aras de una alimentación nutritiva y barata, reconsidere su actitud hacia esos "despreciables insectos".

En México, como en cualquier otro país, los patrones de alimentación popular se hallan en estrecha relación con las costumbres y creencias nacionales y, sobre todo, con la situación socioeconómica.

Nuestra nación, como la mayoría de los países subdesarrollados, presenta altos índices de desnutrición, principalmente en las zonas rurales. Su dieta está basada en el maíz, el chile y el frijol, que constituyen las principales fuentes de nutrimentos. Sin embargo, es necesario que esta parte de la población tenga acceso a una alimentación más variada y completa.

El problema alimentario se presenta también en las grandes concentraciones urbanas pues, aunque tengan mayores recursos para acceder a una alimentación variada y equilibrada, el desconocimiento de otras opciones alimentarias se revierte, también, en una nutrición deficiente.

Una alternativa económica, y accesible, es el consumo de alimentos no convencionales como los insectos. En algunas zonas rurales de nuestro país son considerados como parte importante de la dieta, ya que proporcionan una gran cantidad de proteínas.

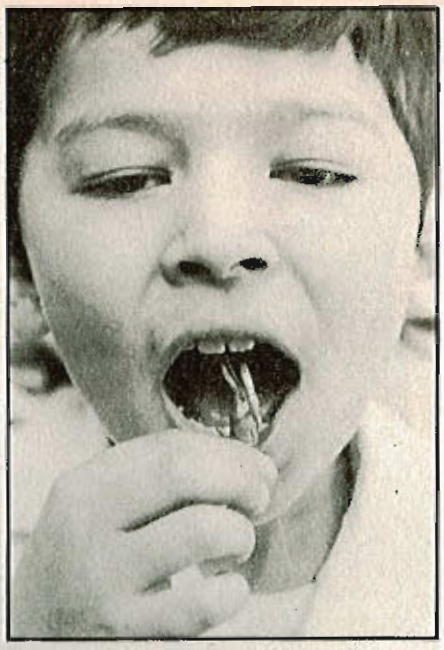
El consumo de insectos tiene orígenes prehistóricos, cuando el hombre aprovechaba, intuitivamente, la fauna y la flora de su habitat. En el México prehispánico, según consta en diversas crónicas, la dieta era complementada cotidianamente con diversos pro-

ductos cárnicos e insectos: entre ellos el **izcahuitli** —gusanillo muy similar a las lombrices de tierra—, el **ahuahtle,** huevecillos de moscas y también los gusanos de magauey, los **mecouili**, gusanos blancos y el **tecaoli** de color rojo.

En algunos restoranes de lujo de la ciudad de México han empezado a entrar en el menú los insectos, alimentos clásicos del campo mexicano, pero como platillos exclusivos y de muy alto precio. Aún así, el consumo de insectos sigue siendo una tradición arraigada en las zonas rurales del país y, preparados caseramente, son muy baratos. Por ejemplo, en los estados de México, Hidalgo, Oaxaca, Chiapas, Puebla y Veracruz los insectos son parte primordial de la dieta, siendo fuente importante de proteínas.

Al respecto, la doctora Julieta Ramos Elorduy realizó la investi-

Carlos Marins



gación **Los insectos como fuente de proteínas para el futuro**, en el Instituto de Biología de la Universidad Nacional Autónoma de México. En su estudio, la doctora Ramos especifica que los insectos constituyen el 80 por ciento del reino animal y son el grupo más numeroso del planeta. Los insectos han desarrollado elevados niveles de adaptabilidad en cualquier clima: se les puede encontrar en las montañas, en las cavernas, bajo el hielo, en los desiertos y las minas de sal, en charcos de petróleo o en ciénegas, y su estructura es tan perfecta que muchas especies no han tenido necesidad de evolucionar desde hace millones de años.

Según datos proporcionados por la doctora Ramos, se tienen registradas 491 especies de insectos comestibles en el mundo. En México se conocen 111, distribuidas en todo el territorio nacional, tanto en sus zonas tropicales como en las semiáridas y áridas. Entre estas especies destacan las abejas, avispas y hormigas, con 30 clases diferentes. Le siguen los chapulines, con 20 especies; los escarabajos, con 16; las mariposas, con 14 y, por último, algunas cigarras y libélulas.

El estudio demuestra que los insectos comestibles, como las hormigas o las termitas, son tan nutritivos como los alimentos tradicionales: huevo, pescado, carne de puerco o de res.

CUADRO COMPARATIVO DE PORCENTAJE DE PROTEINAS DE ALGUNOS INSECTOS Y DE LA CARNE DE RES

	Proteína (%)
Chapulines	52.13 a 75.3
Chinches	36.82 a 71.52
Moscas	35.90 a 76.94
Escarabajos	29.68 a 69.05
Cigarras	59.57 a 72.03
Mariposas	41.93 a 71.60
Abejas, avispas y hormigas	9.45 a 81.69
Carne de res (producto clásico de obtención de proteínas)	54.00 a 57.00

Fuente: **Los insectos como un recurso actual y potencial.** *Doctora Julieta Ramos Elorduy. Departamento de Zoología, Instituto de Biología, UNAM.*

Los insectos no sólo son ricos en proteínas, sino que también son fuente de vitaminas, minerales (potasio, calcio y fósforo) y de grasas, necesarios para un correcto funcionamiento del metabolismo humano.

De entre la gran variedad de insectos comestibles que se encuentran en México, pocos son los que se ingieren vivos —por ejemplo los jumiles— ya que generalmente se consumen asados, hervidos o fritos, con diferentes aderezos. En general, el sabor de los insectos es variado y agradable. Por ejemplo, el gusano blanco de maguey tiene un sabor parecido al del chicharrón; el sabor de los chapulines depende del aderezo que se utilice, mientras que el gusto de los escamoles recuerda al de las nueces fritas en mantequilla.

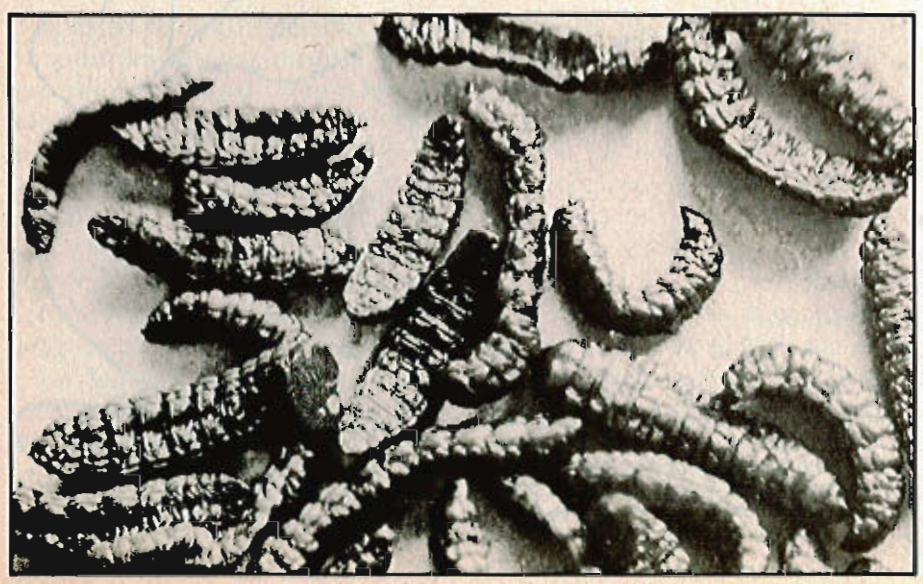
Los insectos que más se consumen en México son los escamoles, los gusanos de maguey (blancos o rosas), las **chicatanas**, los chapulines, los jumiles y el **ajayacatl**, conocido también como el caviar mexicano. Cabe hacer notar que en los mercados de Sonora, Xochimilco, Milpa Alta y de la Merced, en la ciudad de México, se venden

todos los tipos de insectos comestibles del país.

Hasta la fecha no se ha desarrollado ningún sistema de reproducción artificial de insectos para el consumo humano. Sin embargo, en vista de que representan una fuente alternativa de alimentación, se hace indispensable promover su industrialización y alentar su consumo a nivel nacional.

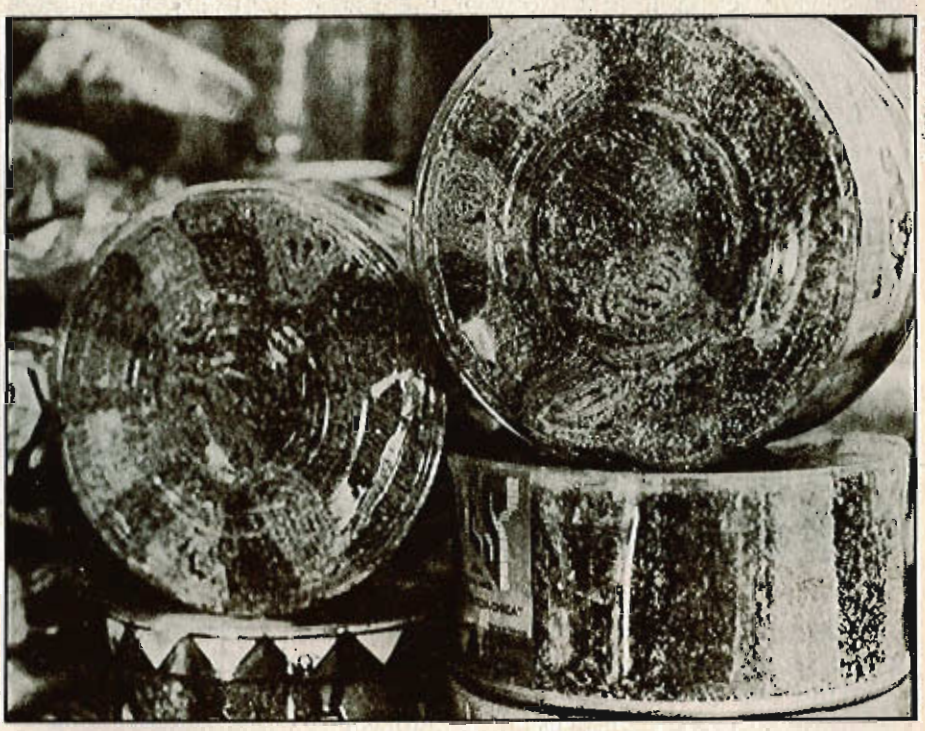
La comercialización organizada y la difusión del consumo de los insectos comestibles permitiría, además de obtener una alimentación nutritiva y económica, fomentar una fuente de ingresos. De igual manera, se podrían desarrollar nuevas técnicas aplicables a la reproducción doméstica de insectos, como una alternativa alimentaria.

Así, la próxima vez que llegue el final de la quincena, piense dos veces antes de comprar un filete o una hamburguesa y, de ser posible, decídase por un arroz con jumiles o por unos crujientes tacos de gusano de maguey.



No todo lo que sobra es basura

Oscar Romero

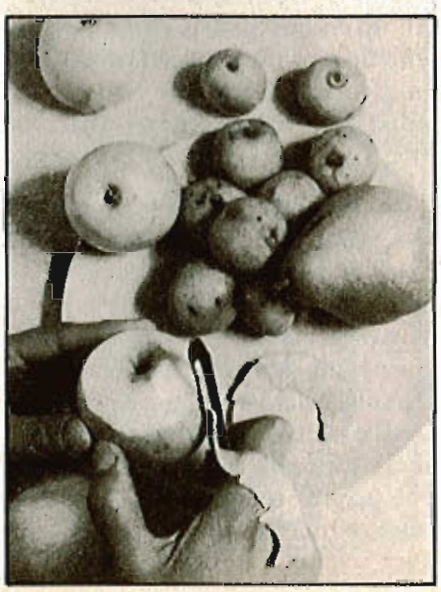


Fernando Rojas

No tire a la basura las cáscaras de membrillo, manzana, perón, tejocote o guayaba; mejor aprovéchelas para preparar los deliciosos y nutritivos "rollitos de dulce", también conocidos como "cueritos".

Para prepararlos sólo necesita las cáscaras de alguna de estas frutas, una taza, una olla, azúcar, una hoja de plástico, una tabla o charola y un lienzo.

El procedimiento es el siguiente: muela la cáscara de fruta y colóquela en una taza. Deje reposar el contenido cinco minutos. Posteriormente en una olla mezcle por cada taza de cáscara molida una de azúcar, y póngala a hervir durante tres minutos a fuego alto, moviendo constantemente.



Javier Vallejo

Lave la hoja de plástico y colóquela sobre una charola o tabla. Unte la pasta en capas delgadas sobre el plástico (las capas deben quedar tan delgadas como la pasta de un cuaderno). Cubra la mezcla con el lienzo limpio y déjela secar dos días.

Una vez que se ha secado la pasta, córtela en tiras y enróllelas. Finalmente, si así lo prefiere, puede espolvorear los rollos con un poco de azúcar.

Noche de reyes

Margarita González
Arredondo

Javier Vallejo

En la ventana, desde el fondo de un zapato, una carta con dobleces y uno que otro tachón, aguarda la llegada de los reyes. La lista es larga y está llena de arrepentimientos: el caballito fue sustituido a última hora por un vehículo espacial; la mochila se incluyó a instancias de mamá; la pistola de fulminantes —esa que la abuela condenó por peligrosa— halló su lugar subrepticiamente, y ahora aparece casi al final en letra pequeña pero con esperanzas grandes. A las frases de cariño y gratitud se añadió la petición de siempre, y de todos: "...y muchos dulces y chocolates".

Esa noche, la mirada de todos los niños contempla la tríada de estrellas en el cielo y, gracias a los lentes que proporciona la fantasía, podrán distinguir a Melchor, quien algún día fuera pelirrojo, ahora de barba blanca y larga, su rostro tranquilo de anciano avivado por unos ojillos verdes que parecen bailar en el marco de sus pecas. Baltasar —¡Mira mamá, si se le ve claro, clarito!— es rubio, alto, sin duda el más serio de los tres. El último es Gaspar, un joven negro, tan joven que podría pasar por un niño de piernas largas, montado en un elefante. Entre sus rizos apretados y rebeldes la corona amenaza caer.

A los ojos infantiles, oro, incienso y mirra se han transformado en costales que encierran tantas posibilidades de juego como imaginación tiene el niño; pues, finalmente, esa pelota siempre esperada no es sino una esfera de colores hasta que el niño la convierte en instrumento de mil juegos. Y la muñeca de trapo que pronto tendrá sucia la cara y perderá una trenza pero que, con la intervención mágica del juego, suplantará a una reina en su castillo medieval o a un recién nacido en los brazos de una madre de seis años.

Todos estos sueños infantiles que se nutren cada año, ignoran el origen de la tradición de los Reyes Magos, esos personajes cuya leyenda se pierde en el tiempo y toma elementos de distintas culturas hasta surgir como una narración transmitida de padres a hijos, que mucho recuerda a los cuentos de hadas. Sin embargo, en sus principios, la noche de Reyes fue una derivación de un festejo anterior al cristianismo. Al parecer, sus orígenes se ubican en Egipto y el motivo del festejo es el nacimiento del año solar que, traducido a nuestras costumbres, vendría a ser el año nuevo. Estos festejos pronto se extendieron por todo el Mediterráneo oriental y el sol nuevo —objeto de culto de muchos pueblos— adoptó distintas fisonomías. Algunos lo representaron como un niño, otros como un sol naciente que surgía de la tierra. Varios fueron los nombres que recibió: Osiris niño, en Egipto; Dionisos, en Grecia. Por cierto, fue en Grecia donde la fiesta se llamó Epifanía, que significa: expresión o manifestación de los dioses y los primeros cristianos adoptaron el nombre que se ha conservado intacto a lo largo de dos mil años.

Sobra decir que ni griegos ni egipcios incluían las figuras de los tres reyes. Es al trasladarse al culto cristiano cuando surgen tan ilustres personajes. Para esta religión la fiesta del sol nuevo significa el anuncio del nacimiento del mesías ante el mundo ajeno a la tradición

hebrea. La celebración es, pues, una suerte de revelación, en la que participan tres reyes sabios, astrólogos que representan al mundo no cristiano, pero que, debido a sus conocimientos, logran interpretar los signos celestes como la señal del advenimiento de un salvador.

Algunas representaciones en las catacumbas nos indican que esta tradición nació en los primeros tiempos del cristianismo, y pinturas y relieves medievales indican que ya para esas fechas los reyes estaban claramente identificados, con edades y tipos raciales diferentes. Así el rojo (Melchor) representaba el calor del sol, el blanco (Baltasar) simbolizaba el agua nutriente de los frutos de la tierra, y el negro (Gaspar) era la tierra misma.

No obstante, como en todas las leyendas, no todo es invención, sino que elementos de la realidad dan pie a la tradición. Conforme a algunos historiadores, en épocas del emperador Augusto —es decir, durante la etapa en que se localiza el nacimiento de Cristo— tres embajadores de la India llegaron a Roma. Es posible que esta visita nos explique la presencia de tres monarcas de países lejanos por tierras del Imperio Romano. Por otra parte, la tradición cristiana cuenta que Santa Elena rescató los restos de los tres astrólogos y los sepultó en Rávena, de donde Barbarroja los exhumó para llevárselos a la ciudad de Colonia en el siglo XII.

Por lo que concierne a la rosca, pieza principal en la cena de los Reyes, se le ha interpretado como la representación de un ciclo que nace, como el sol nuevo y vuelve a aparecer año con año. El niño, un muñeco que hasta hace pocos años era de porcelana finamente pintado a mano, es, por supuesto, el propio sol.

El ciclo solar cuenta con otra fiesta importante, tan antigua como la anterior e íntimamente relacionada: se trata del 2 de febrero, fecha que se conoce como día de la Candelaria y viene a cerrar la etapa del sol niño para dar paso al sol joven. Vale la pena recordar que, quien se ve premiado con el muñeco en su rebanada de rosca, deberá invitar a todos los comensales del 6 de enero a celebrar otra fiesta, ahora la de la Candelaria.

Eventos culturales

Muchacha del alma

A partir del 24 de enero se reanudan las presentaciones de **Muchacha del alma**, de Jesús González Dávila, obra en la que el autor dibuja a su personaje central a partir del proceso de desmoronamiento del mundo juvenil después de octubre de 1968. Cecilia Toussaint interpreta el personaje principal de la obra y la acompañan Patricia Bernal, Alonso Echánove, José Angel García, Eduardo López Rojas y el grupo Botellita de Jerez, bajo la dirección escénica de José Estrada. **Muchacha del alma** se presentará en el Foro Sor Juan Inés de la Cruz, del Centro Cultural Universitario, de la ciudad de México, de miércoles a viernes a las 20:30, los sábados a las 19:00 y los domingos a las 18:00 horas.

Variaciones-Judith Holofernes

Dirigida por Juan José Barreiro, esta obra recupera la historia bíblica: "Al principio fue nuestro cuerpo, al final el objeto. Experimentar fue trazar el puente entre nuestra expresión y las cosas que nos rodean y simbolizan", señala el director de la obra y del Taller de Experimentación de Teatro de Objetos. Esta puesta en escena se presenta en el Teatro Santa Catarina (Plaza de Santa Catarina número 10, en Coyoacán, ciudad de México) con la actuación de Ana Mora, como Judith, Denise Barrios y Gerardo Sánchez, entre otros. La música es original de Federico Ibarra y está interpretada por las sopranos Ana Gloria e Irma Olivares. Usted puede asistir de miércoles a viernes a las 20:30, los sábados a las 19:00 horas, y los domingos a las seis de la tarde.

Para ambas puestas en escena, existe un descuento del 50 por ciento para las personas que presenten su credencial vigente del ISSSTE, IMSS y UNAM.

Novedades editoriales

Arráncame la vida pertenece a una nueva narrativa literaria del íntimo mundo femenino, muchas veces desconocido por el hombre.

Angeles Mastretta, autora de la polémica novela, con un lenguaje sencillo e interesante nos presenta la agobiante condición de la mujer en los años treintas y cuarentas en el México posrrevolucionario, en un contexto sumamente limitado social y familiarmente.

La historia de Catalina Ascencio —protagonista y narradora—, es la de una vida ajena, siempre al servicio de su esposo, un cacique poblano de aquellos años: "Era la mamá de sus hijos —dice Catalina—, la dueña de su casa, su señora, su criada, su costumbre, su burla. Quién sabe quién era yo..." A pesar de su actitud rebelde, irónica, alegre, suspicaz —al margen de las reglas de "moralidad" y "buena conducta"—, la protagonista termina por reforzar una sujeción ancestral.

Sin embargo, **Arráncame la vida** es más que la apreciación de un mundo densamente íntimo: es el retrato del universo femenino, con sus fantasías, silencios, ilusiones, pasiones, ausencias...

MASTRETTA Angeles. **Arráncame la vida.** *Ediciones Océano. México, 1985.*

A 14 años de haber muerto, Jim Morrison es el símbolo más preciso y claro de una época cuyo ocaso empieza en 1968. A su lado, una galería de vocalistas como Joan Baez, Simon y Garfunkel, Bob Dylan y grupos como los *Beatles* y los *Rolling Stones* completan el mundo acústico de aquellos años, antibelicista y confiado en poder transformar las costumbres, impugnar la moral e inventar otro mundo. Esta época lisérgica y sicodélica, de estudiantes en rebelión, es la materia prima de **Nuestro viaje**, de José Ramón Enríquez. Aunque hace poco aún quedaban restos de esa revolución, el tiempo evocado por los poemas de Enríquez pertenece a un tiempo mítico.

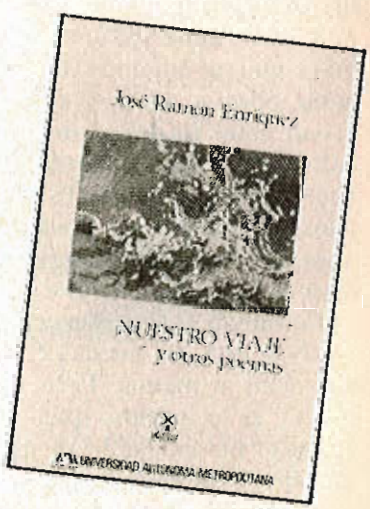
Quizá las siguientes líneas revelen mejor que esta nota el peso estético e ideológico del recuento de Enríquez:

"Negamos el pecado y el infierno.

El rito del amor quebró los dogmas
de ese fuego que quema y no consume,
de esa corte de diablos y torturas
proyectada contra los onanistas,
los sodomitas y los adúlteros.

Un Dionisios Lisérgico, desnudo,
se durmió a nuestro lado y, en la playa,
con su lengua, sus dedos y su sexo
nos enseñó un camino inexplicable
surcado por panteras y por niños
sin otros hirizontes que el orgasmo."

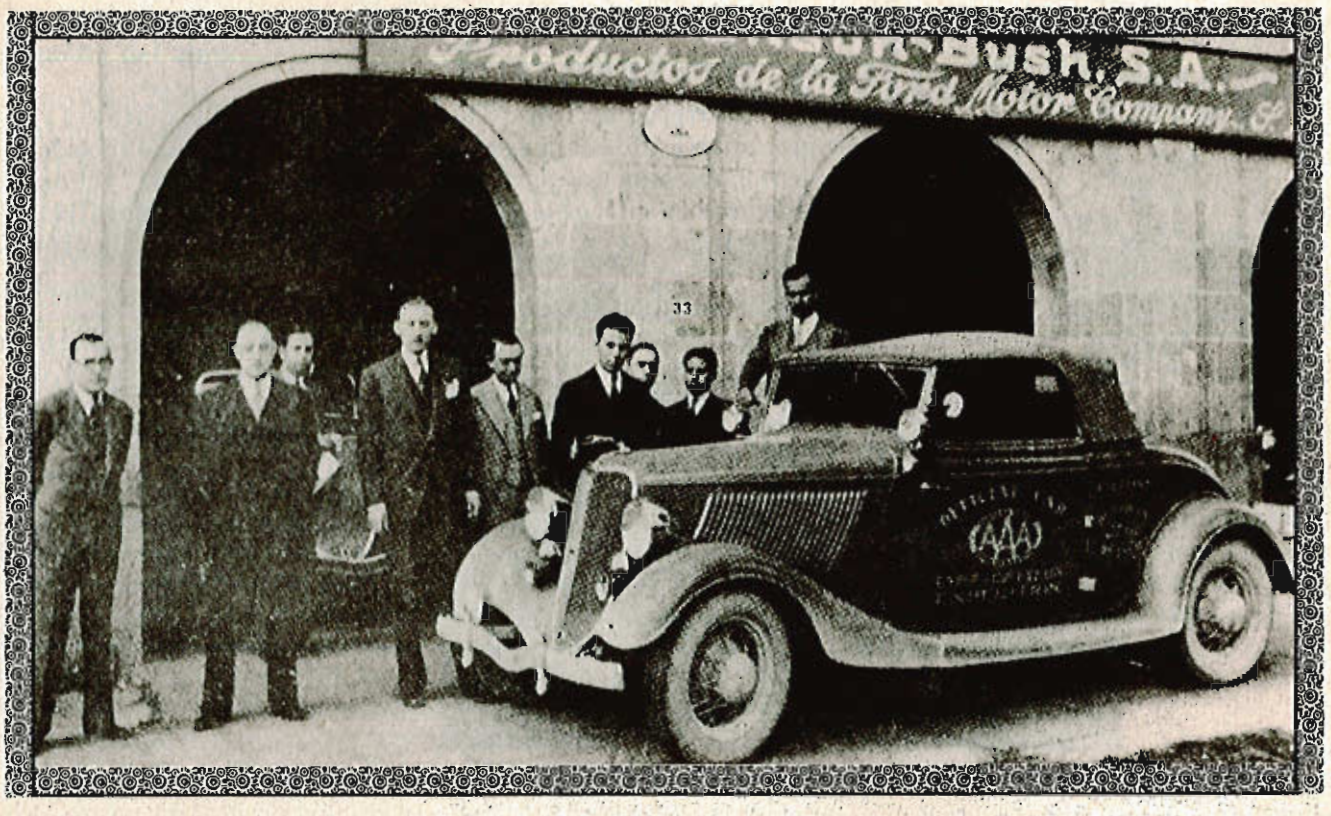
Voluntad formal, dominio del medio y audacia en cuanto a temas e imágenes, **Nuestro viaje** es, también, una despedida y un rito fúnebre, una herida supurante entre la fe y la razón, desde donde seducen los ojos verdes del paganismo.



ENRIQUEZ, José Ramón. **Nuestro viaje,** *Universidad Autónoma Metropolitana. Colección Molinos de Viento número 37. México, 1985.*

Arqueología del consumo

Hugo Martínez Téllez



Monólogo en la autopista

Aquí es donde empieza el calorón de a deveras; por calcular mal me va a pescar el mediodía en pleno Cañón del Zopilote... Lo bueno es que me traje los bidones con agua, porque, además, el toldo negro de estos **fordcitos** absorbe más calor que nada. ¡Claro!, si están hechos para el clima frío de allá lejos, de por Nueva York; no que aquí, en Guerrero, parece que me metí al fogón...

Lo bueno es que esta carreterita todavía está en buenas condiciones. Más o menos. Pero, francamente, es lo mínimo que se podía esperar, no en balde se gastaron más de 17 millones de pesos en hacerla. ¡Una fortuna! Y si no es porque el mismísimo Ortiz Rubio la recorrió en la inauguración, hace apenas dos años, quién sabe qué chanchullos hubieran hecho los dichosos ingenieros extranjeros...

Aquí hay un pueblito. Me voy a parar a almorzar algo, a ver si así no me da más sueño... Todavía me faltan como cuatro horas de viaje ...Lo bueno es que, después de todo, este carrito me da hasta 80 kilómetros por hora; valió la pena los diez mil pesos que pagué por él. Es mucho, pero así ya tengo coche para rato; yo creo que de aquí a cinco años no lo cambio. Aunque dicen que los europeos están empezando a fabricar unos carritos muy elegantes y aguantadores.

Y, ahora que lo pienso, ¿no será peligroso presumir este carrazo en un pueblito tan rascuache como éste?; ni siquiera tenía letrero en la entrada. Yo creo que mejor me aguanto el hambre hasta Acapulco.

Ya está arreciando mucho el calor, a ver si no se me revientan las cámaras de las llantas. Nada más traigo dos refacciones.

No, si mejor me hubiera ido en avión... Ya me han dicho que el nuevo aeropuerto está muy bien hecho. Pero, la verdad, tenía ganas de probar este carrito, lo que sea de cada quién... pero ¡cuánta curva!

Y luego, a ver qué tal estará ese hotelito del Mirador. Los anuncios allá en la capital lo pintaban de maravilla, pero a veces esos anunciantes son medio mentirosones. ¡Doce cabañas en los acantilados! Si las construyeron bien va a verse suave el conjunto y así se va a atraer mucho turismo internacional... porque no todos los mexicanos pueden pagar 70 pesos diarios por el hospedaje.

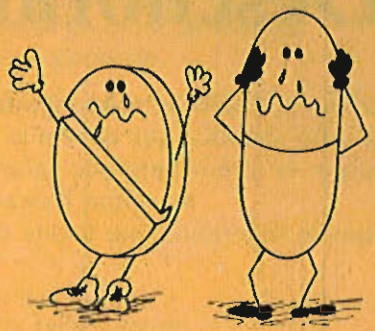
Pero ya están construyendo en Acapulco hoteles para todos los bolsillos. No, si ya lo había dicho: México, en este 1933, ya se está convirtiendo en uno de los países más modernos del mundo...

Recuperemos los buenos hábitos alimentarios

Una buena tradición alimentaria del pueblo mexicano es la dieta a base de maíz y frijol, que al ser consumidos en combinación con otros alimentos naturales y nutritivos, complementan sus cualidades proteínicas.

Según el director del Programa Universitario de Investigación Clínica de la UNAM, la estatura del mexicano es afectada, entre otras cosas, por la falta de una buena nutrición y este problema se agrava debido a que las empresas de productos "chatarra" incitan a los consumidores a abandonar los buenos hábitos alimentarios, persuadiéndolos con su incesante publicidad para consumir golosinas caras y de nulo valor nutricional.

Ahora, sin pastillas, baje esos kilos de más



Debido a los avances de la medicina resulta fácil determinar si se está o no en el peso y la talla correctos.

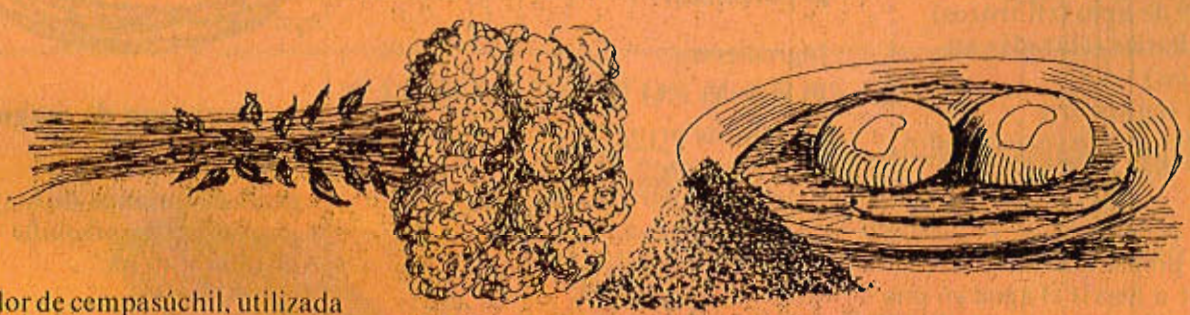
Actualmente existe un método especial muy útil para bajar de peso: un estudio de antropometría y ejercicio. Este estudio consiste en determinar el peso ideal por medio de medidas en los pliegues cutáneos, anchura de las articulaciones, peso y estatura.

Después de tomar las medidas anteriores, los resultados darán el porcentaje de grasa, de músculos, el peso visceral y el de los huesos.

Con base en los resultados del examen antropométrico, si se encuentran deficiencias en el organismo se pueden hacer dos cosas: primero, una dieta adecuada y equilibrada según los requerimientos de energía de cada individuo; después, ajustarse a un programa de educación física con ejercicios de tipo aeróbico o caminata y carrera. En caso de que no sean de su agrado estos ejercicios, puede realizar ciclismo, con lo que obtendrá los mismos resultados.

Para bajar de peso es muy importante que se realice una antropometría en lugar de tomar pastillas para adelgazar, ya que éstas alteran el metabolismo y lo único que hacen es que la persona baje los kilos de más en el momento, para volver a subirlos al dejar de tomarlas.

Aunque sea descolorido, pero bueno



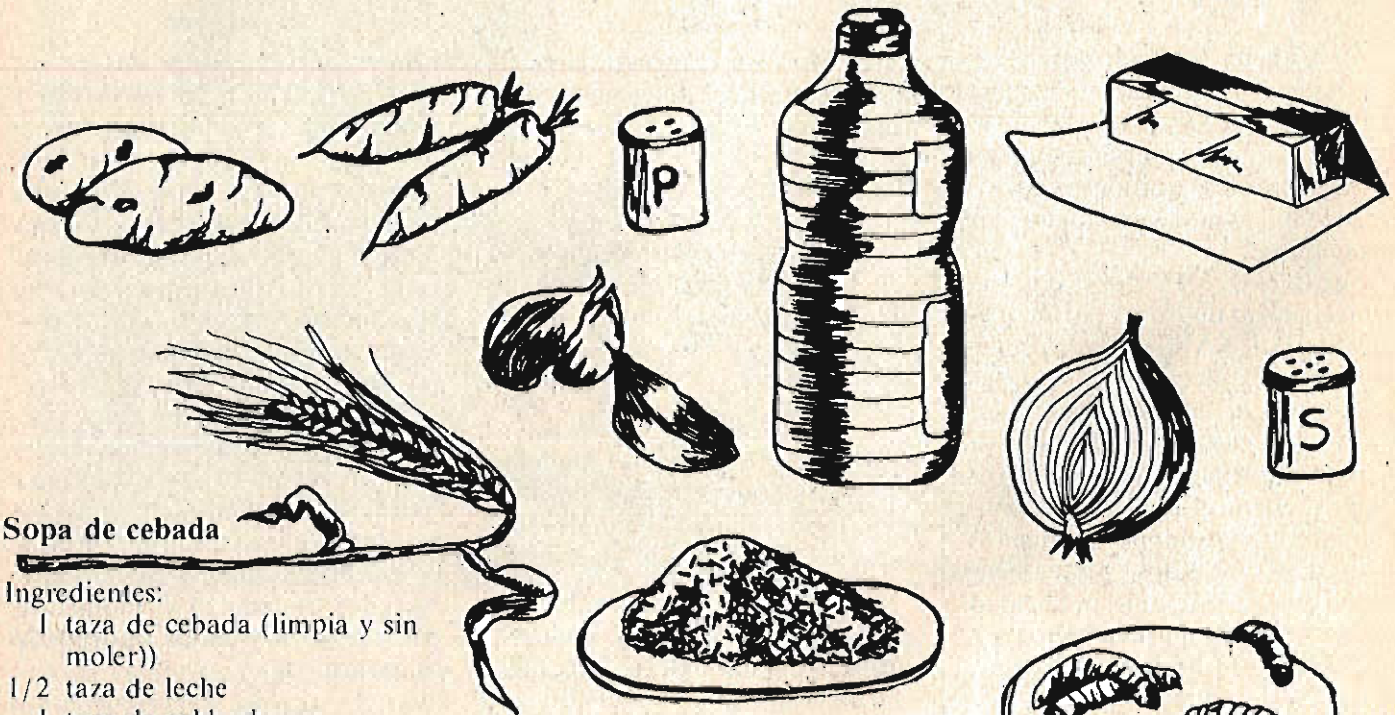
La flor de cempasúchil, utilizada particularmente en las ofrendas de los días de muertos, se siembra a escala comercial para utilizarse como materia prima en la industria de los alimentos balanceados y como colorante, gracias a la santopina, tinte natural de aquella flor.

La harina de cempasúchil hace que la carne de aves y la yema de los huevos adquieran una tonalidad amarilla, lo cual aumenta su precio ya que el ama de casa los considera con mayor grado de proteínas.

La santopina se emplea en la industria textil y de alimentos. La Secretaría de Salud considera que este colorante puede causar cáncer, por lo que ha prohibido su utilización. Sin embargo, quienes se encargan de procesar la santopina consideran que es apta para el consumo humano, por lo que han colocado su producto en el mercado exterior.

Descubramos el sabor oculto

Si bien el INCO se propone ofrecer alternativas alimentarias económicas y realmente nutritivas, esto no significa que debemos modificar por completo nuestros hábitos de alimentación. Sin embargo, es importante que valoremos la calidad de los nutrimentos que usualmente consumimos, así como buscar el equilibrio en la dieta. De acuerdo con estas premisas le sugerimos una forma de incluir en su comida aquellos alimentos que, se ha comprobado, tienen alto valor nutritivo.



Sopa de cebada

Ingredientes:

1 taza de cebada (limpia y sin moler))
1/2 taza de leche
1 taza de caldo de res
1 cebolla (picada)
1 manojo de perejil (picado)
3 tallos de apio (en trozos)
2 zanahorias (cortadas en rodajas)
1 papa (en trozos)
3 dientes de ajo (machacados)
sal y pimienta al gusto
agua

Modo de prepararse:

Se pone a hervir el agua en una olla honda. Se agrega la cebolla, el perejil, el apio, las zanahorias y la papa previamente lavados, los dientes de ajo y se sazona con sal y pimienta al gusto. Se vierte el caldo y la cebolla, y se revuelve todo muy bien. Después se añade la leche y se deja hervir 15 minutos más, revolviendo ocasionalmente.

Arroz con jumiles

(6 porciones)

Ingredientes:

14 jumiles
1 taza de arroz
1 jitomate
cebolla, ajo y sal al gusto
aceite y agua

Modo de prepararse:

Se lava el arroz con agua caliente; se pone a dorar en aceite en una cacerola. Se muele en la licuadora el jitomate, el ajo y la cebolla con una taza de agua. Una vez sazonado, se le agregan los jumiles previamente lavados y dos tazas de agua. Se tapa y se deja a fuego lento 20 minutos.

Tacos de gusano de maguey

Ingredientes:

2 tazas de gusanos de maguey
100 gramos de mantequilla
tortillas
sal al gusto

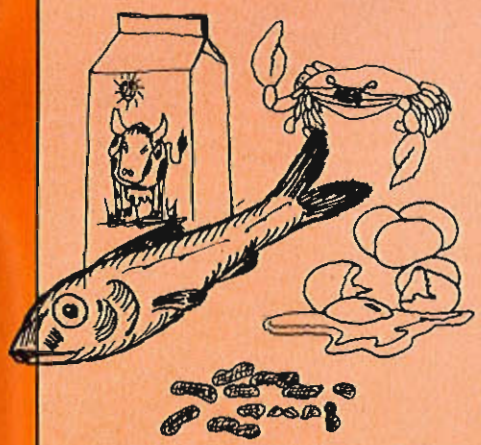
Modo de prepararse:

Se derrite la mantequilla en una sartén y se ponen a freír los gusanos de maguey hasta que se doren. Se sirven en tacos y se pueden acompañar con una salsa mexicana de jitomate.

Una buena alimentación es una buena combinación

Para lograr una dieta equilibrada es necesario combinar al menos un alimento de cada grupo en las tres comidas. En términos nutricionales estos productos aportan la energía suficiente que requiere el organismo.

PROTEINAS



Productos animales y semillas

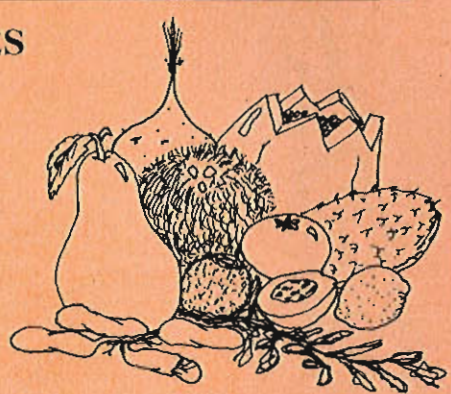
Huevo, leche y sus derivados, y vísceras:
Cabezas, corazón, hígado, pancita, patas, tripas.

Animales silvestres:
Armadillo, cangrejo, codornis, conejo, insectos, iguana, liebre, rana, tortuga.

Pescados:
Carpa, charal, mojarra, pescado seco, sardina, atún.

Semillas:
Ajonjolí, amaranto, cacahuate, frijol, garbanzo, haba, lenteja, nuez, semilla de calabaza.

VITAMINAS Y MINERALES

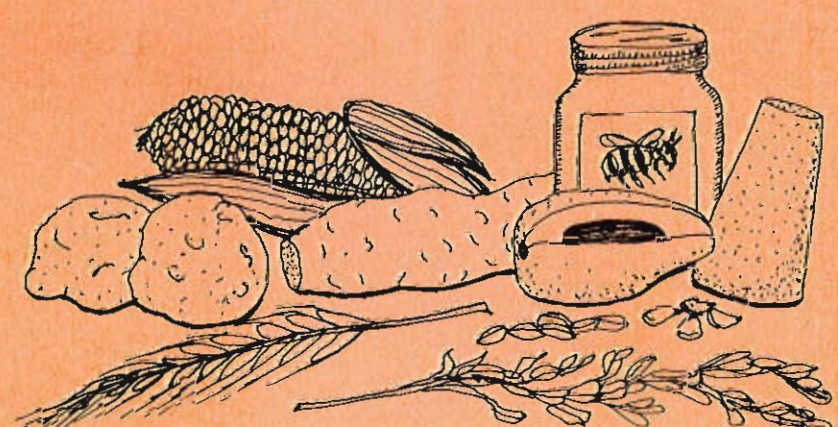


Frutas y verduras

Frutas:
Arrayán, capulín, coco, chirimoya, durazno, garambullo, granada, guayaba, higo, jícama, limón, nanches, naranja, papaya, pera, piña, tamarindo, tejocote, tuna, zapote.

Verduras:
Acelga, berro, calabaza, cilantro, chayote, nopal, quelite, quintonil, rábano, tomate, verdolaga.

CARBOHIDRATOS Y GRASAS



Azúcares, cereales y grasas

Cereales:
Arroz, avena, cebada, maíz, trigo.

Azúcares:
Azúcar, miel, piloncillo.

Raíces y frutas:
Aguacate, camote, papa, plátano.

Grasas:
Aceite, manteca.

EN TELA DE JUICIO

Teleconsumo deportivo

¿Qué es lo que tienen en común las imágenes del lado izquierdo?

— Todas son imágenes tomadas de anuncios de televisión.

— Todas corresponden a deportistas mexicanos destacados.

— Todas se relacionan de alguna manera con productos alimenticios.

El hecho de que existan tantas "coincidencias" no es fortuito.

Como se observa, existen muchos anuncios que manipulan la imagen de los deportistas famosos para promocionar sus productos. Y es tal el afán de asociar los logros deportivos de estas figuras con productos o establecimientos, que en el mundo de la publicidad cuesta trabajo reconocer si un futbolista es destacado por beber un refresco o consumir un saborizante en polvo, o por ser un buen deportista.

En todo caso creemos que es injusto, principalmente para los niños, que la admiración que se siente por un ídolo se utilice para publicitar productos que generalmente son de dudosa calidad nutricional.

Los deportistas no son lo que son por lo que anuncian, y no necesitan anunciar nada para que se les admire, ¿o sí? Usted, ¿qué opina?

Departamento de Análisis sobre Comunicación

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

el brinco

Número 48

Suplemento de la Revista del Consumidor Coordinación: Marie Puga Enero 86

¿Quieres leer un cuento?

"Hubo una vez una feria para los niños. Todos podían entrar desde las 10 de la mañana hasta que se hacía de noche. Potentes luces iluminaban el lugar atestado de libros infantiles. Los había para todos los gustos y edades; escritos, diseñados y dibujados por los mejores artistas de todo el mundo. Se encontraban miles de encuadernaciones con lindos cuentos, con extrañas historias, con relatos interesantes; folletos para iluminar, para hacer juguetes y experimentos, para aprender y para investigar.

Los niños que llegaban a aquel lugar podían hojear todos los libros y adquirir el que más les gustara. Además había talleres amplios donde les enseñaban desde la forma de preparar un pastel o hacer una labor de carpintería hasta los secretos para grabar un programa de televisión o manejar una computadora electrónica. En algunos departamentos y talleres había obsequios, música, cine y teatro. Aquella feria duró quince días para que fueran muchos quienes pudieran visitarla y encontraran el libro o libros que leerían y cuidarían toda su vida."

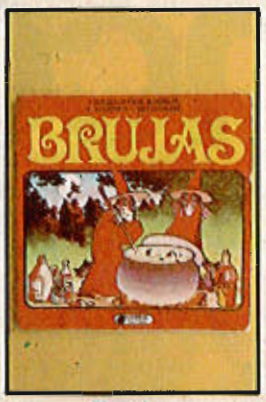
Lo mejor de esta historia es que no es un cuento. Es realidad y sucede cada año durante el mes de noviembre cuando la **Feria internacional del libro infantil y juvenil,** abre sus puertas en el Auditorio Nacional. Nos llena de alegría porque comprobamos cuánta gente trabaja para proporcionar a los escolares diversos y maravillosos materiales que servirán para mejorar su cultura y estimular su preparación intelectual.

Foto: Verónica Bravo

Todo lo que necesitamos saber está en un libro.

¿Te has fijado en que un bonito libro de cuentos cuesta menos que un juguete mecánico? El libro no se descompone como el juguete y si lo cuidas, durará tanto que podrán leerlo tus hijos y tus nietos. Y cada vez que abras sus páginas y lo releas, volverás a transportarte al mundo que el autor y su fantasía crearon para ti. Pero a veces no sabemos cuál libro comprar. Aquí te proporcionamos una lista con una breve reseña de su contenido.

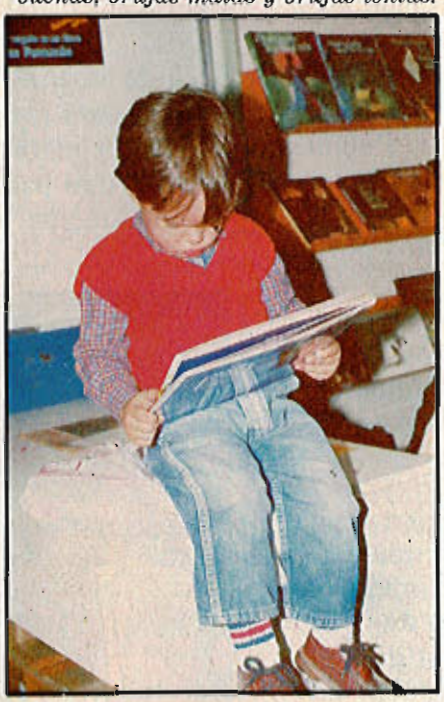
Historia de la ratita encerrada en un libro.
Vivía entre hojas de papel y se ingenió para escapar a un mundo ideal.



Brujas
Edit. Plaza Janés.
Historias y travesuras de brujas buenas, brujas malas y brujas tontas.

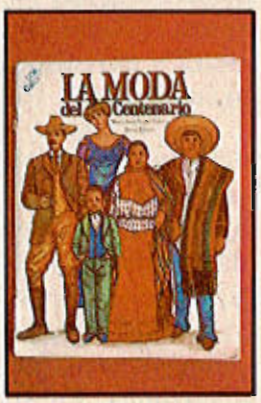
El pizarrón encantado
Ediciones SEP.
Lo escribió Emilio Carballido quien es un autor de obras de teatro. Un pizarrón que piensa y vuelve realidad los deseos y los experimentos que Adrián hace con las letras.

Una pesadilla en mi armario
Ediciones Altea.
¿Qué se puede hacer con una horrible pesadilla que se presenta por la noche?



Timoteo va la escuela
Ediciones Altea.
Todos hemos tenido un compañero de escuela que se siente perfecto y que nos molesta como a Timoteo.

Campamento en la Luna
Editorial Trillas.
A Ericocha que tiene 9 años y a sus compañeros, los han invitado a pasar las vacaciones de verano, nada menos que en la Luna. ¿Los dejarán ir mamá y papá?



La Moda del Centenario
SEP Cultura.
Cuaderno para iluminar con las gentes que vivieron en la época de Porfirio Díaz, antes de la Revolución.

Cuentos de Perrault
Editorial Diana.
Diez cuentos en que hay reyes y reinas, pastoras buenas, lobos malos, hadas y princesas.

Pájaros en la cabeza
Es divertido tenerlos y no causan molestias.

Matías y el pastel de fresas.
Una historia sin palabras sobre el miedo a la oscuridad.

También hay libros para hacer juguetes.

ABC de títeres. Editado por el IMSS.

Cómo hacer títeres, argumentos, teatrito y anunciar la función.

Juguemos a salvar nuestra tierra. Editorial terra nova.

Juegos con materiales desechables; cajas, envolturas, botes, llantas.

JUGUEMOS A HACER JUGUETES. Folleto editado por el Instituto Nacional del Consumidor. Instrucciones para hacer juguetes de papel, cartón, madera, plástico y lámina. Se reparte sin costo.

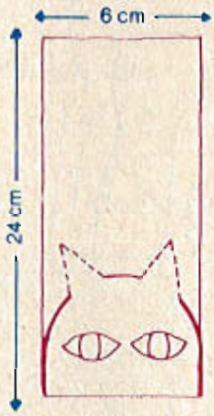
El juguete que publicamos en esta página es uno de los que puedes encontrar en este libro.

COMO HACER UN GATO

MATERIAL

- Cartón
- Aguja de ojo grande
- Estambre negro o hilo grueso
- Botón de ojillo trasero
- Colores negro y café
- Pegamento blanco
- Lápiz
- Tijeras

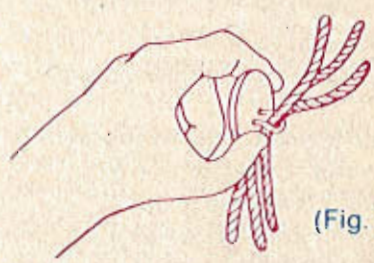
MANERA DE HACERSE



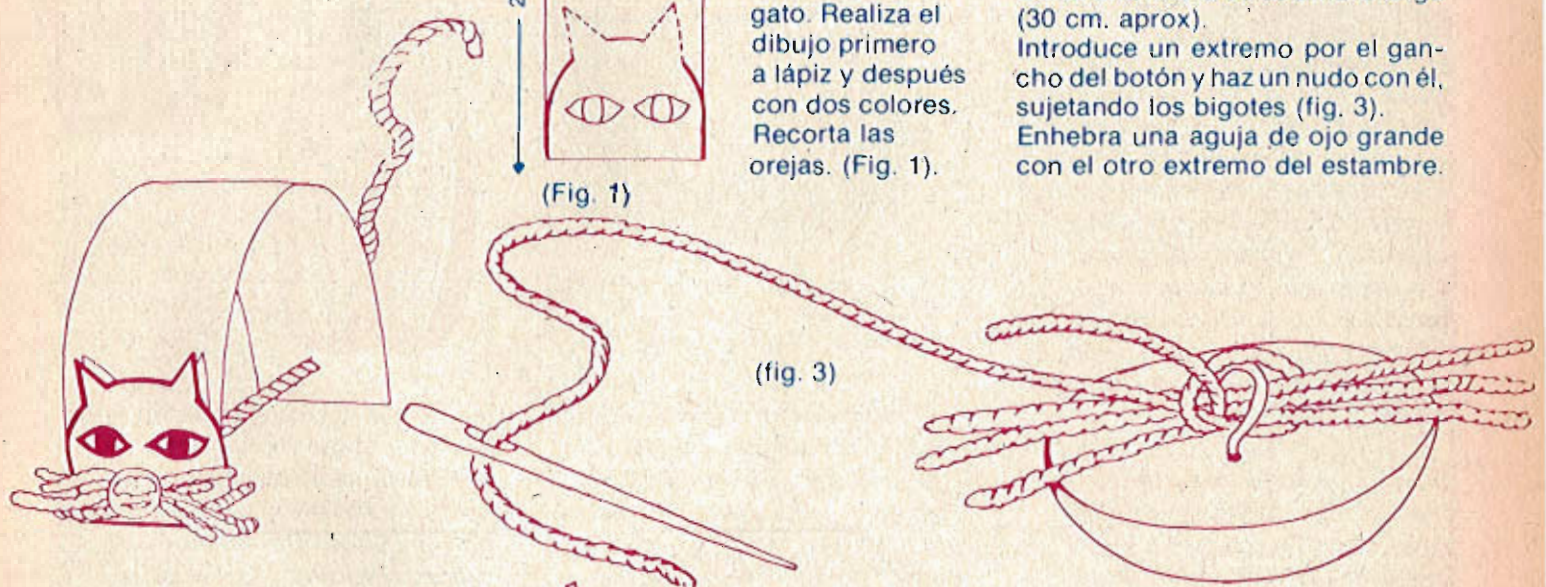
(Fig. 1)

Corta un rectángulo de cartón igual al modelo y dibuja en un extremo la parte superior de la cara del gato. Realiza el dibujo primero a lápiz y después con dos colores. Recorta las orejas. (Fig. 1).

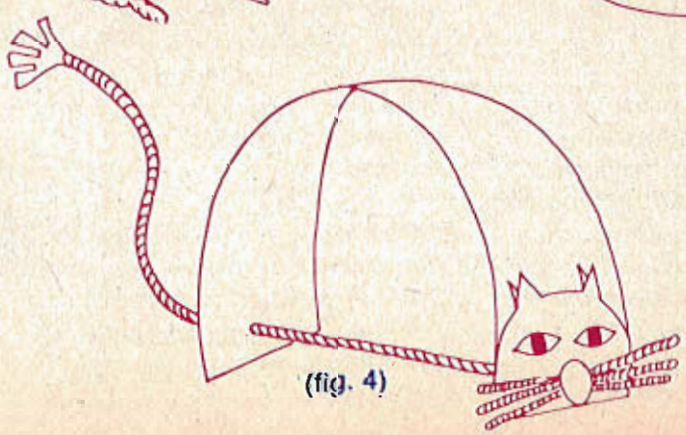
Corta 6 hebras de estambre o hilo grueso negro para hacer los bigotes, mójalas con pegamento blanco y espera a que se sequen y se hagan duras. Introduce estas hebras por el gancho posterior de un botón plateado como se te indica en el dibujo. (Fig. 2).

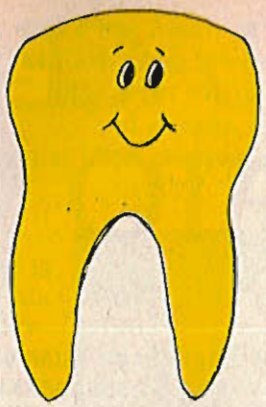

(Fig. 2)

Corta una hebra de estambre larga (30 cm. aprox).
Introduce un extremo por el gancho del botón y haz un nudo con él, sujetando los bigotes (fig. 3).
Enhebra una aguja de ojo grande con el otro extremo del estambre.


(fig. 3)

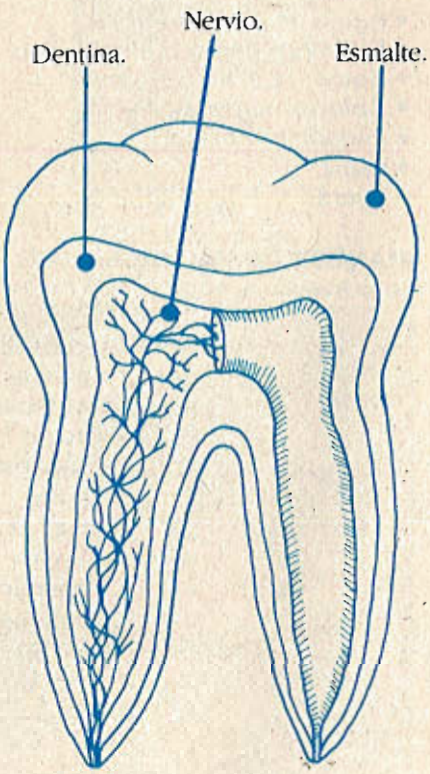
Atraviesa con la aguja enhebrada la cara del gato y después el otro extremo del cartón. Tensa el estambre y la tira del cartón se transformará en un semicírculo. Haz un nudo en el estambre para que la figura no se deforme.
Moja el estambre sobrante con pegamento blanco para que el rabo quede tieso. Espera a que seque, y tu gato estará terminado (fig. 4).


(fig. 4)



SOMOS VARIO NOS LLAMAN

Por Abigail



Es así como se inicia y avanza una caries en un diente hasta llegar a los nervios y producir dolor.

¡Hola! Seguramente me conoces. Vivo dentro de ti. Para ser más exacto, en tu boca y no soy la lengua.

¡Claro! Soy un diente.

¿Te imaginas qué harías sin mí?

No podrías cortar ni masticar la comida. Pertenezco a una familia. Permite que nos presentemos y te contemos nuestra historia.

Cuando apenas eras un bebé de seis meses de nacido, empezamos a brotar. Cuando tenías tres años, ya estábamos los 20 distribuidos en los maxilares, superior e inferior. Ocho incisivos o los dientes de enfrente, cuatro arriba y cuatro abajo. Cuatro caninos o colmillos, dos arriba y dos abajo, enseguida de los incisivos. Y ocho molares, —las famosas muelas que te ayudan a desbaratar los alimentos— cuatro arriba y cuatro abajo.

Cuando empezamos a salir es bueno que tu mamá nos limpie para conservarnos sanos. A la edad de tres años, puedes empezar tus visitas al dentista, una vez al año. El te dirá si estamos bien.

Además, debes cepillarnos de arriba hacia abajo después de cada comida. No te preocupes tanto por la pasta dental, sino por el cepillo que uses, con superficie plana y cerdas flexibles para que nos quite los restos de comida y evite que enfermemos y te dolamos.

Al cumplir cinco o seis años de edad, los 20 dientes llamados de leche o caducos, se empiezan a caer y son sustituidos por nuevos que terminan de salir hasta los doce años. Más las muelas del juicio, que aparecen entre los 17 y 25. Entonces somos 32 hermanos: ocho incisivos, cuatro caninos, ocho premolares y 12 molares.

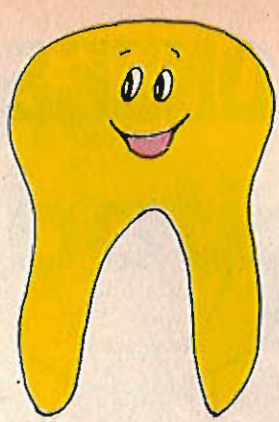
Mientras cambias dientes, no nos lastimes ni trates de quitarnos antes de tiempo. Cuando llegue el momento oportuno caeremos sin ocasionarte dolor y entonces podrás entregarnos al ratón. ¡Qué horror!

Pero muchas veces estamos tristes. ¿Sabes por qué? Porque parece que no nos quieres. Comes dulces, chiclosos y golosinas a cada rato, que nos estropean y provocan caries.

La caries es producida por las bacterias —animales chiquititos y dañinos— que se juntan con los restos de comida y atacan hasta que nos perforan, a pesar de que somos muy fuertes. Entonces es cuando te duelen los dientes, las muelas, las encías, y sufres mucho.

S PARIENTES: IOS DIENTES

CERVANTES



Nosotros también. Por eso, para que crezcamos sanos y fuertes debes alimentarte bien.

Los nutriólogos, que son personas estudiosas de los alimentos que nos ayudan a estar saludables, recomiendan una dieta equilibrada.

En un principio no entendíamos esto. Pero una dieta equilibrada quiere decir comida rica en vitaminas, proteínas, minerales y grasas.

Si sólo comes una, te faltan las demás y todas son necesarias para tu buen crecimiento.

A nosotros nos favorecen los minerales como el calcio y el fósforo, que se encuentran en la leche, huevos, carnes, cereales y verduras.

Deseamos que te sientas feliz de nosotros y lo lograrás cepillándonos después de cada comida.

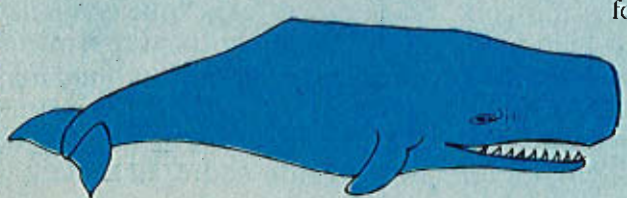
Cuídanos y trabajaremos juntos siempre. Disfrutarás mejor los alimentos nutritivos como frutas y jugos de frutas, carne, pescado, pollo, frijoles, lentejas, garbanzos, chícharos, cereales y muchos alimentos nutritivos más. Pero las golosinas, por favor, ¡no! Así nos mantendremos sanos y hermosos.

No todos los mamíferos tienen igual número de dientes ni de la misma forma. ¿Sabías cómo son los dientes de varios animales?

Felino Dientes de sable. Animal prehistórico que vivió en el periodo Pleistoceno cuando apareció el hombre. Atacaba presas enormes como el mamut y el bisonte. Usaba sus colmillos como arma y le servían para desgarrar la piel de sus presas y alimentarse.

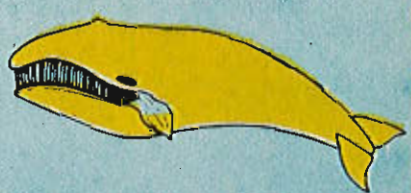
Tiburón. Es un pez con varias hileras de dientes en el maxilar y en la mandíbula, aserrados en los bordes. Son del mismo material que su piel en la que también hay pequeñas púas.

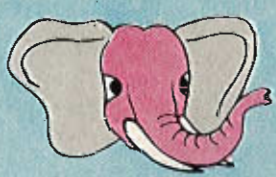
Orca. Sus dientes tienen forma de cono.



Cachalote. Sólo tiene dientes en la mandíbula que embonan en alveolos (huecos) que tiene en el maxilar.

Ballenas: láminas córneas (de la consistencia de una uña) agrupadas en varias hileras, una tras otra. Su número es de 250 a 700 que no permiten el paso más que de plancton y peces pequeñísimos para alimentarlas.

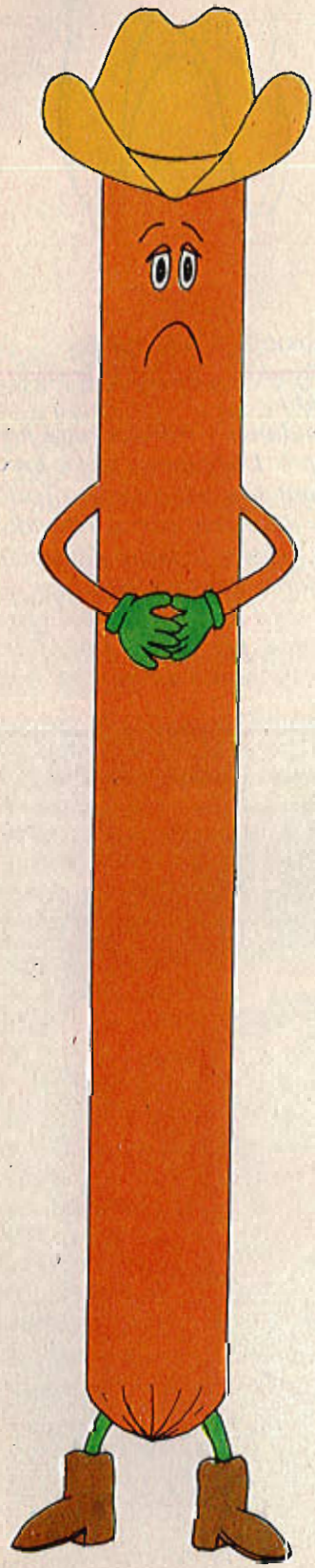




Elefante. Sus enormes colmillos son en realidad incisivos y le sirven como defensa.

Morsa. En este caso sí son colmillos y defiende con ellos su vida y la de su familia.

CONFESIONES DE UN PEPERAMI



Amigos de El Brinco:

Aprovecho la oportunidad para saludarlos y preguntarles algo muy importante.

No quiero hablar de marcas pero necesito saber algo sobre el producto "Peperami" que es una golosina de salami. Mi hermana chica lo compra muy seguido con el pretexto de que es golosina sana por la publicidad que le hacen. Entonces el "Peperami" ¿en realidad es o no es alimento chatarra? Gracias.

Luis Roberto Peña Sánchez
Pedro Moreno 142. Sector Juárez
Guadalajara, Jal. 44100

Esta carta nos llegó hace unas semanas. Para responder a la pregunta de nuestro lector que es la misma de varios niños y sus papás, publicamos las siguientes

CONFESIONES

Soy flaco y seco, sin embargo mi propaganda dice que soy sabroso y nutritivo. ..¡Ah! y que no necesito refrigeración. Para lograr esto último, se me prepara con una alta dosis de nitritos de sodio que también se conocen como **sal curante de nitrito.** Es por eso que mi contenido se vuelve rojo. Pura química. Este ingrediente (los nitritos) lo poseo en un grado superior a las normas establecidas, por eso en un descuido, puedo resultar riesgoso. Soy un **salami,** lo que quiere decir que mi combinación es carne picada de ternera, de res y grasa de cerdo, todo cocido y ahumado. Como me ponen tanta sal, satisfago el apetito de quien me consume con muy poca cantidad y le impido comer después alimentos más nutritivos; además, eso ya es sabido, la sal puede lastimar sus riñones y dañar sus dientes. Por eso hay que comerme en pequeñísima cantidad. Tengo proteínas pero pocas. Si un niño me comiera completo, desde el principio hasta el fin, sólo le aportaría la décima parte de la proteína que necesita entre sus 7 y 10 años, en cada alimento. De acuerdo con mi precio en el mercado, soy costoso. ¿Saben cuánto tendrían que pagar por cada kilo? Nada menos que $4,418.19; más del doble de lo que cuesta el jamón, mucho más que un kilo de filete, de costillas de res o de carnero; más que el queso y la mantequilla. Es que, soy un personaje; aparezco en anuncios y en televisión; chicas con uniforme me ofrecen en probaditas por los mercados y me visten con traje atractivo para llamar la atención. Todo eso cuesta. Son costos que se agregan a mi personalidad y debe pagarlos quien me consuma.

Seré sincero. Creo que mis cualidades nutritivas están muy por abajo de mi costo; una torta de jamón que no tiene mi personalidad sofisticada cuesta mucho menos, es más sabrosa y alimenta más que yo. Y además, en cuanto a eso de la refrigeración, les confesaré: si no me consumen completo, mi sobrante se debe mantener cerrado y refrigerado. ¡Qué plancha! Mi único atractivo...

Sólo espero que mis publicistas intensifiquen sus campañas para conservarme en el favor del público (aunque eso aumentará mi costo) porque comienzo a sentirme muy deprimido. ¿Saben cuál es mi cualidad más grande? El nombre: Peperami. Lástima que con un nombre no se alimente nadie. Gracias.

Pepe.

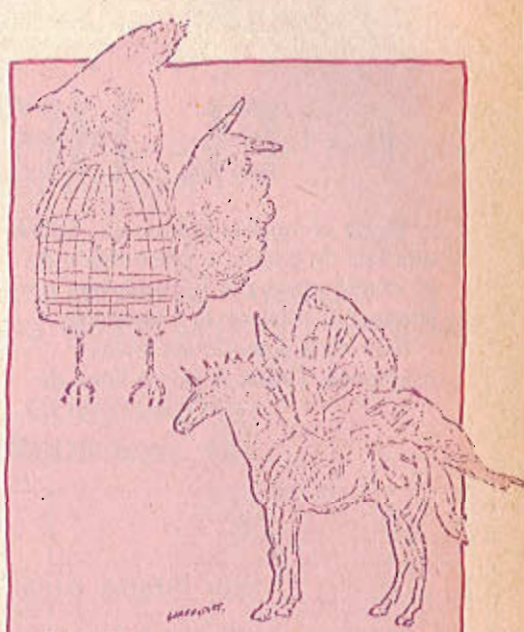
Datos e información, de un estudio sobre la calidad nutricional y sanitaria del producto Peperami, realizado en el Departamento de Bioquímica y Centro de pruebas y análisis para el consumo, en el Instituto Nacional del Consumidor.

DE TODO como en botica

Canción de los números

Soy 1 cuando estoy solo y 2 si tú estás conmigo. Somos 3 si somos dos y viene algún otro amigo. 4 las patas del perro, 5 dedos de la mano y 6 los años que tengo y 7 los de mi hermano. 8 pies tiene la araña, 9 son 3 veces 3. Y si esto yo me lo aprendo, me voy a sacar un 10.

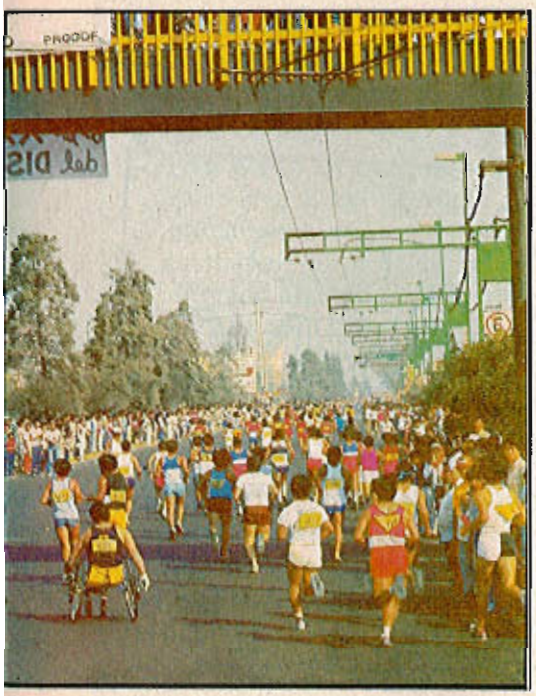
Hermanos Rincón.



Garcinieto, nuestro joven colaborador y dibujante, nos envía dos animales fantásticos. El primero parece una protesta contra los animales enjaulados. El segundo, sería una figura literaria: ligero como una mariposa.

Si puedes inventar alguno, envíalo para que lo publiquemos aquí.

MARATONISTAS



Un enorme bloque de deportistas recorrió las avenidas de la ciudad el domingo 8 de diciembre. La carrera de maratón que comprende 42 kilómetros, fue un reto para miles de deportistas que demostraron cómo el espíritu de competencia y el entusiasmo deportivo se imponen por encima de contratiempos y de meses trágicos. Nos sentimos orgullosos de esos luchadores que no se dan por vencidos.

Código secreto

Muchas veces necesitamos de un código secreto que nos permita enviar mensajes a nuestros amigos y asegurarnos de que sólo ellos los podrán leer. En ocasiones debemos guardar un texto que no queremos que nadie lea. Para eso, es útil una clave exclusiva. La conocerán nuestros amigos más queridos; nadie más. Te vamos a explicar cómo hacer varios códigos secretos:

1.- Uno de los más sencillos es hacer coincidir las letras del alfabeto con otras que se ordenen así:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
B C D F G H J K L M N P Q R S T V W X Y Z 1 2 3 4 5

Como ves, el código consiste en suprimir las vocales y poner en su lugar números que se colocan al final del alfabeto. Cada letra tiene otra que le corresponde en el código.

Para escribir "Nos vemos el lunes", pondríamos así:

RSX 1GOSX GP PZRGX

De acuerdo con ese código, descifra la frase siguiente:

PB BPLQGRYBDLSR XBCLB RSX FB HZGW5B 4 XBPZF

(Solución en la página 8).

Conserva estos códigos. Cada mes te proporcionaremos uno nuevo.

el correo de los brincadores

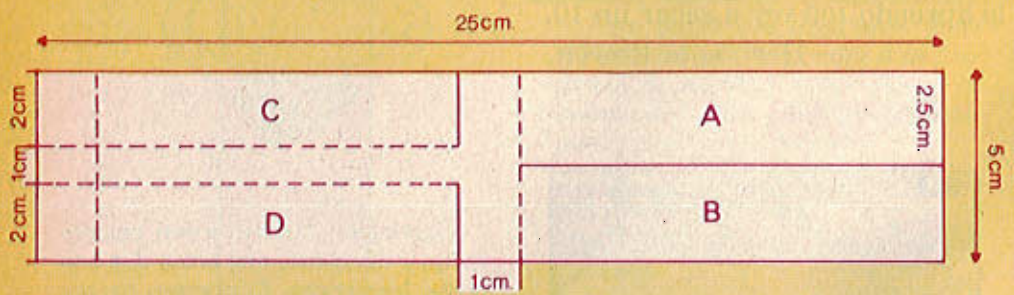
EL HELIPAPEL

Sigue el modelo del dibujo. Sobre una tira de papel un poco rígido de 25 centímetros por 5, traza las líneas indicadas en la ilustración.

Recorta siguiendo las líneas continuas. Dobla A por la línea de puntos, hacia adelante y B hacia atrás. Dobla C hacia adentro de manera que quede a caballo sobre D.

Cuando C y D estén dobladas, dobla E hacia arriba. Después coloca tu helipapel sobre tu cabeza, lo más alto que puedas y suéltalo.

Carlos Gaitán.
Morsa 3574. Fracc. Loma Bonita
Guadalajara, Jal. 45080



*** Gracias Carlos. Hicimos el experimento y es un lindo juego. Resultó. ¡Bien por ti! Sólo quisiéramos agregar a tus instrucciones: "Sosténlo con tus dedos por D y manteniendo A y B, hacia arriba, que es la hélice, suéltalo desde un lugar alto.**

Te enviaremos la calcomanía que te acredita como colaborador de El Brinco.

Solución de la frase secreta:
La alimentación sabia nos da fuerza y salud.

Amigos de El Brinco:

Siempre leo esta sección y pienso que es muy completa y amena para que nosotros, los niños y los adolescentes aprendamos a ser buenos consumidores, a cuidar el dinero y, sobre todo, a cuidar nuestra salud.

Aprovecho para mandarles un buen consejo a todos los que lean mi carta: que no malgasten el dinero en cosas inútiles y nocivas para la salud como son: dulces, pastelitos, papas fritas. Porque yo leí en un libro que todos esos alimentos chatarra, además de ser muy caros, nos dañan el organismo; como a mí que por tanto masticar chicle se me picaron los dientes de enfrente y casi los perdía.

También quiero mandar una felicitación y mi apoyo a la niña Nancy Julieta Hernández por su carta. Lo que dice es muy cierto: jamás hay que dejarse influir por grupos extranjeros que cantan; sólo brincan y gritan y las letras de sus canciones no tienen ningún objetivo, y además se hacen millonarios.

Jennifer Ochoa Reyes (13 años)
Petrel 42-A. Vergel Arboledas
Estado de México.